

# D21 DIGITAL INDEX

## 2020/2021

Jährliches Lagebild zur  
Digitalen Gesellschaft

[x] #D21index

#D21index  
Eine Studie der Initiative D21,  
durchgeführt von Kantar



Gefördert durch:

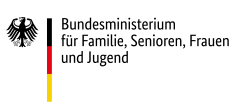


aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

PREMIUMPARTNER



PARTNER



UNTERSTÜTZER

Seit dem Jahr 2013 liefert die Studie „D21-Digital-Index“ ein umfassendes jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft in Deutschland. Sie zeigt auf empirischer Grundlage auf, wie die Gesellschaft die Veränderungen durch die Digitalisierung adaptiert. Die Studie dient als Basis für aktuelle und zukünftige Entscheidungen durch politische, wirtschaftliche, zivilgesellschaftliche und wissenschaftliche AkteurInnen.

Finden Sie hier einen Überblick über die Studienhighlights des Jahres 2020/2021.

20/21

[x] #D21index

# INHALT

## EDITORIAL

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Grußwort                 | 4 |
| Vorwort                  | 5 |
| Methodensteckbrief       | 6 |
| Studienziel und Historie | 7 |

## 01 DIGITAL-INDEX 8

|   |    |
|---|----|
| Zusammensetzung und Studienaufbau   | 8  |
| Dimensionen der Digitalisierung   | 8  |
| Zusammensetzung des Digital-Index   | 9  |
| Zugang  | 10 |
| Internetnutzung im Zeitverlauf  | 10 |
| (Mobile) Internetnutzung nach Bevölkerungsgruppen                                       | 12 |
| Internetnutzung nach Bundesländern  | 14 |
| Mobile Internetnutzung nach Bundesländern   | 15 |
| OfflinerInnen   | 16 |
| Nutzung von digitalen Geräten   | 18 |
| Nutzungsverhalten   | 20 |
| Nutzungshäufigkeit einzelner Dienste und Anwendungen                                    | 20 |
| Nutzung sozialer Medien   | 22 |
| Kompetenz   | 24 |
| Einordnung ins Kompetenzframework der EU-Kommission                                     | 24 |
| Kompetenzen in der digitalen Welt   | 25 |
| Wissensaneignung rund um Themen der Digitalisierung                                     | 29 |
| Offenheit   | 31 |
| Einstellungen zum Internet und zur digitalen Welt                                       | 31 |
| Wer profitiert am meisten von der Digitalisierung und wer verspürt die größte Ermüdung? | 33 |

## 02 DIGITALE GESELLSCHAFT 35

|  |    |
|--|----|
| Zusammensetzung der Digitalen Gesellschaft       | 36 |
| Nutzertypen im Überblick                         | 38 |
| Digitalisierungsgrad soziodemografischer Gruppen | 40 |

## 03 DIGITALES ARBEITEN 43

|   |    |
|---|----|
| Mobiles Arbeiten, Telearbeit und Homeoffice                     | 44 |
| Gewünschte Anteile in mobiler Arbeit                            | 45 |
| Unterschiede zwischen ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen    | 46 |
| Von ArbeitgeberInnen zur Verfügung gestellte Geräte und Systeme | 47 |
| Einstellungen zum digitalen Arbeiten                            | 48 |

## 04 DIGITALER UNTERRICHT 51

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Hürden beim digitalen Unterricht     | 52 |
| Erfahrungen mit digitalem Unterricht | 54 |
| Einstellungen zu digitaler Bildung   | 55 |

## 05 DIGITALE GESUNDHEIT 57

|   |    |
|---|----|
| Digitale Kommunikation mit ÄrztInnen                  | 58 |
| Einstellungen zur Digitalisierung im Gesundheitswesen | 61 |

## ANHANG

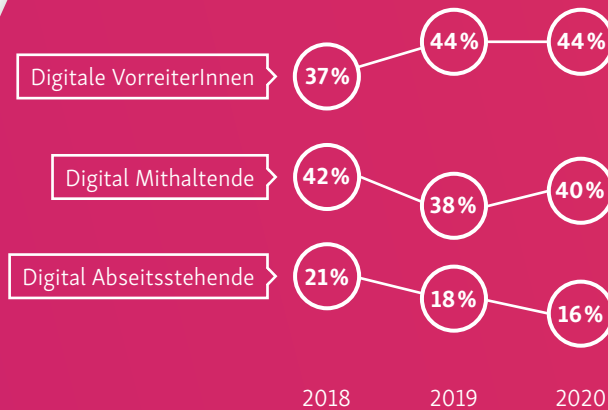
|           |    |
|-----------|----|
| Impressum | 63 |
|-----------|----|

# ZENTRALE ERGEBNISSE

## Studienhighlights

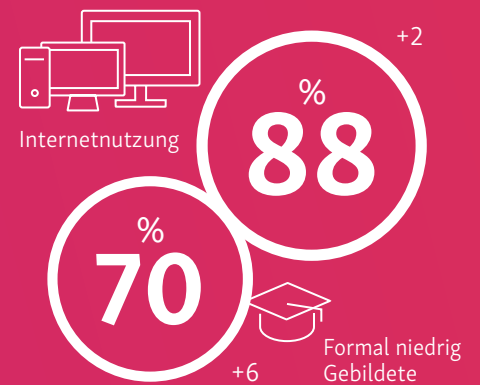
Weniger Digital Abseitsstehende als im vorigen Jahr, Digitale VorreiterInnen bilden weiterhin die größte Gruppe.

MEHR AUF SEITE 36/37



Internetnutzung steigt weiter. Spaltungen bleiben bestehen, nehmen aber tendenziell ab.

MEHR AUF DEN SEITEN 10 BIS 13



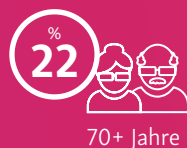
Digital-Index steigt erneut an, Zuwachs vor allem bei den Indexsäulen Zugang und Nutzungsverhalten.

MEHR AUF SEITE 9



Eine knappe Mehrheit glaubt, persönlich von der Digitalisierung zu profitieren. Hier bestehen deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen.

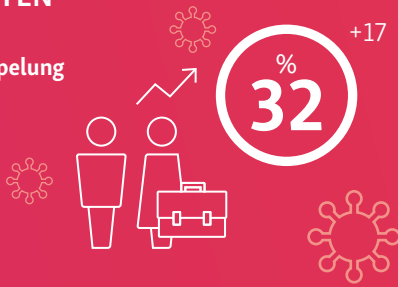
MEHR AUF DEN SEITEN 31 UND 33



## DIGITALES ARBEITEN

Corona-Schub: Verdoppelung bei mobilem Arbeiten.

[MEHR AUF SEITE 44](#)



Wunsch: Ab und zu Home-office und mehr als bislang, aber nicht ausschließlich.

[MEHR AUF SEITE 45/46](#)

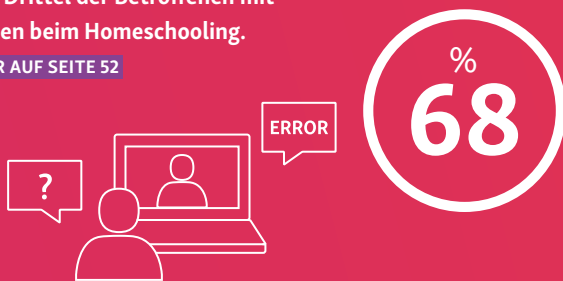
Höher Gebildete und Führungskräfte profitieren überproportional von der Digitalisierung am Arbeitsplatz.

[MEHR AUF SEITE 48/49](#)

## DIGITALER UNTERRICHT

Zwei Drittel der Betroffenen mit Hürden beim Homeschooling.

[MEHR AUF SEITE 52](#)



Hürden beim digitalen Unterricht eher organisatorisch als technisch.

[MEHR AUF SEITE 52](#)

Alle Beteiligten am Lehrbetrieb halten Präsenzunterricht für unersetzlich.

[MEHR AUF SEITE 54](#)

Breite Unterstützung für verpflichtende Fortbildungen der Lehrkräfte zu digitalen Lehrmitteln (78%), gerade auch bei Lehrkräften.

[MEHR AUF SEITE 55](#)

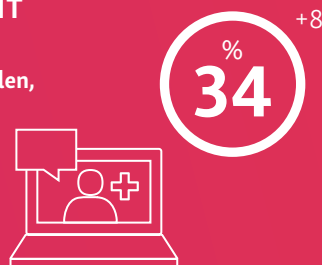
Mehrheit fürchtet, dass Corona Bildungsungerechtigkeit verstärken könnte.

[MEHR AUF SEITE 55](#)

## DIGITALE GESUNDHEIT

Ein Drittel kann sich vorstellen, sich per Videosprechstunde behandeln zu lassen.

[MEHR AUF SEITE 58](#)



Gut die Hälfte vertraut darauf, dass gesetzliche Vorgaben für Datenschutz und Datensicherheit eingehalten werden.

[MEHR AUF SEITE 61](#)

Gutes Drittel der Bevölkerung fürchtet, Anschluss an Gesundheitsversorgung zu verlieren, wenn mehr ins Digitale verlegt wird.

[MEHR AUF SEITE 61](#)

## WEITERE TRENDS

**45%** Fast die Hälfte nutzt digitale Dienste, deren Anbietern sie nicht wirklich traut.

**32%**<sup>-4</sup> Zutrauen in Schulen beim Vermitteln benötigter Digitalisierungsfähigkeiten nur gering, Tendenz rückläufig.

**35%** Gutes Drittel befürchtet Gefährdung der Demokratie durch Digitalisierung.

[MEHR AUF SEITE 31](#)

Insgesamt deutliche Zunahme bei der Nutzung und Nutzungshäufigkeit digitaler Anwendungen. Größter Zuwachs bei Streaming-Diensten, digitalen Lernangeboten und Sprachsteuerung.

[MEHR AUF SEITE 21](#)

Deutliche Zunahme bei informeller Wissenseignung, Erwachsenenbildung weiterhin kaum über formale Schulungen.

[MEHR AUF SEITE 29](#)

# GRUSSWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

2020 hat die Digitalisierung einen enormen Schub bekommen. In der Corona-Krise sind digitale Technologien zwingend notwendig, um die Arbeitsfähigkeit von Wirtschaft und öffentlichen Einrichtungen bestmöglich aufrecht zu erhalten. Digitale Lösungen haben auch erheblich dazu beigetragen, die Folgen der Corona-Pandemie abzumildern. Es hat sich einmal mehr gezeigt, wie wichtig die Digitalisierung und der Erwerb digitaler Kompetenzen für unsere Wirtschaft und Gesellschaft sind.

Dementsprechend hat sich der D21-Digital-Index erneut verbessert. 80 Prozent der deutschen Bevölkerung sind nun auch mobil online. Die Nutzung digitaler Anwendungen ist deutlich gestiegen. 32 Prozent aller Beschäftigten haben im Jahr 2020 zumindest zeitweise im Homeoffice gearbeitet, davon 34 Prozent sogar zum ersten Mal. Betriebe und Beschäftigte bewerten die Arbeit im Homeoffice mehrheitlich positiv und gehen davon aus, dass Homeoffice ein wichtiger und fester Bestandteil der Arbeitswelt bleiben wird.

Mit Hilfe digitaler Technologien war es auch möglich, den Schulbetrieb wenigstens zum Teil aufrechtzuerhalten. Es ist und bleibt daher wichtig, die Digitalisierung im Bildungswesen weiter voranzubringen. Die Befragung zeigt, dass die Bereitschaft hierfür gegeben ist. Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer wollen stärker als bisher digitale Technologien nutzen. Sie wünschen sich mehr Veränderung und Flexibilität.



**Peter Altmaier**  
Bundesminister für  
Wirtschaft und Energie

Auch die Nutzung digitaler Anwendungen im Gesundheitsbereich ist gestiegen. Vor allem die Bereitschaft zur Nutzung von Videosprechstunden hat sich deutlich erhöht. Hierdurch konnten Kontakte vermieden und Infektionsrisiken begrenzt werden.

Der D21-Digital-Index 2020/2021 spiegelt somit die rasante Weiterentwicklung der Digitalisierung wider. Die damit verbundene Bereitschaft zur Veränderung sollten wir uns sowohl für unser Gemeinwohl als auch zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft erhalten. Es geht darum, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen – durch Innovationen, die mehr nachhaltiges Wachstum und mehr Beschäftigung bringen, durch sichere und leistungsfähige Kommunikationswege und durch Bildung, die Zugang und Teilhabe erhöht und uns fit macht für die digitale Arbeitswelt.

Ihr

Peter Altmaier

# VORWORT

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

vor Ihnen liegt eine besondere Ausgabe des D21-Digital-Index, denn die anhaltende Corona-Situation fordert uns als Gesellschaft nicht nur viel ab, sie wirkt auch wie ein Beschleuniger für die Digitalisierung in nahezu allen Bereichen unseres Lebens – das zeigt das diesjährige Lagebild der Digitalen Gesellschaft deutlich.

Für viele Menschen verschoben sich Teile des Alltags stärker denn je in die digitale Welt. In diesen Monaten zeigte sich, wie stark die technischen Möglichkeiten verbinden können: Auch wenn es den unmittelbaren zwischenmenschlichen Kontakt natürlich nicht ersetzt, erlaubten doch Videotelefonie, Messenger und Co., den Kontakt zu Familie und Freunden besser aufrecht zu erhalten und sich zumindest virtuell zu sehen. Für viele Menschen war das ein Lichtblick in schwierigen Zeiten und bot auch den Menschen in Risikogruppen eine sichere Alternative – in den Gruppen ab 65+ sehen wir in der Studie entsprechend starke Anstiege.

Was im Privaten zu beobachten war, gilt ebenso stark für Teile der Arbeitswelt, vor allem bei Bürotätigkeiten. Viele Unternehmen, Organisationen und Behörden digitalisierten ihre Prozesse und die Zusammenarbeit in rasantem Tempo. Weil sie es mussten, um arbeits- und konkurrenzfähig zu bleiben, aber auch, weil sie nun Investitionen nachholten. In der Folge eröffneten sich im Arbeitsalltag neue Möglichkeiten und Freiheiten, stellten die Beteiligten aber ebenso vor neue Aufgaben. Der Anteil der Menschen im Homeoffice hat sich verdoppelt! Für viele war es das erste Mal arbeiten außerhalb der gewohnten Büros. Interne Meetings und externe Termine fanden zunehmend per Videokonferenz statt und zeigten, dass es auch funktionieren kann, wenn nicht alle im Büro sind – und womöglich kann die Arbeitswelt zukünftig auch auf die eine oder andere Dienstreise verzichten. Das bedeutet neue Formen der Zusammenarbeit, der Datenverarbeitung aber auch der persönlichen und institutionellen Organisation. In vielen Betrieben, Behörden und anderen Organisationen löst das einen disruptiven Prozess



**Hannes Schwaderer**  
Präsident  
Initiative D21 e.V.

aus, der das Potenzial hat, auch zukünftig Gewohntes in Frage zu stellen – müssen wirklich alle jeden Tag ins Büro kommen? Falls nein, was bedeutet das für die Zusammenarbeit im Team oder die Rolle von Führungskräften? Muss man etablierte Prozesse neu und vorrangig digital denken? Mit diesen Fragen müssen sich ArbeitgeberInnen zukünftig noch stärker beschäftigen und einen Kulturwandel einleiten, wenn sie digitales Arbeiten nachhaltig etablieren wollen.

Alle Teile unserer Gesellschaft befinden sich derzeit beim Umgang mit der Digitalisierung in einem Lernprozess. Das bedeutet für manche auch, die bewährte Komfortzone zu verlassen. Nicht für alle wird das leicht werden, aber man sollte bei allen Bedenken vor allem dort die enormen Möglichkeiten im Blick behalten, wo die Vorteile klar überwiegen. Dass es dabei Gruppen gibt, die einer besonderen Aufmerksamkeit bedürfen, zeigen wir mit der Studie detailliert auf und geben gleichzeitig konkrete Handlungsempfehlungen.

2020 hat der Digitalisierung einen enormen Schub verschafft und in seinem Tempo oft zum Reagieren gezwungen. Im Jahr 2021 müssen wir diese Transformation stärker in die Hand nehmen und nach unseren Vorstellungen lenken: Mit dem D21-Digital-Index geben wir EntscheiderInnen aus Politik und Wirtschaft ein etabliertes Lagebild an die Hand, um die Richtung zu bestimmen, in die unsere Gesellschaft gehen soll. Das erscheint heute wichtiger denn je, machen Sie das Beste daraus!

Ihr

Hannes Schwaderer

# METHODENSTECKBRIEF



## GRUNDGESAMTHEIT

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten  
(bisher: Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren)



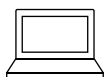
## ERHEBUNGSMETHODE

Computergestützte persönlich-mündliche Interviews (CAPI)



## STICHPROBENZIEHUNG UND GEWICHTUNG

Mehrfach geschichtete, bevölkerungsrepräsentative Zufallsstichprobe; Schichtungskriterien sind Bundesländer, Regierungsbezirke, BIK-Gemeindetypen; Daten werden anschließend gewichtet nach Antreffbarkeit, Bundesländern, Gemeindetypen, Geschlecht, Alter und Berufstätigkeit. Auf die Grundgesamtheit übertragbar (Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung sind 70,635 Millionen Personen).



## ANZAHL INTERVIEWS UND BEFRAGUNGSZEITRAUM

A Strukturbefragung zur Ermittlung der Internetnutzung:  
Durchführung von 16.158 Interviews in Deutschland

**Befragungszeitraum: August 2019 bis Juli 2020**

Hinweis: Aufgrund von strengen Kontaktbeschränkungen konnten im Frühjahr 2020 zwei Monate lang keine persönlichen Interviews durchgeführt werden.

B Vertiefungsbefragung zur Ermittlung des „Digital-Index“ und der Typologie „Digitale Gesellschaft“:  
Durchführung von 2.038 Interviews in Deutschland

**Befragungszeitraum: Juli 2020**

## DARSTELLUNGSHINWEISE

Darstellung Prozentwerte: Die Summe einzelner Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen.

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

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

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

Niedrige Bildung = Kein Schulabschluss / Volks- / Hauptschule

Mittlere Bildung = Mittlere Reife

Hohe Bildung = (Fach-)Abitur



# STUDIENZIEL UND HISTORIE

Die Studie „D21-Digital-Index“ liefert seit 2013 ein umfassendes jährliches Lagebild zum Digitalisierungsgrad der Gesellschaft in Deutschland. Hervorgegangen ist sie aus der Studie (N)ONLINER Atlas, die seit 2001 den Zugang zum Internet in Deutschland erfasst, sowie der Studie Digitale Gesellschaft. Der D21-Digital-Index hat das Ziel, die Digitale Gesellschaft besser zu verstehen, weitere Entwicklungen abzuschätzen und Bedarfe sowie Fortschritte in der Gesellschaft zu identifizieren. Er soll EntscheiderInnen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft als empirische Grundlage dienen, um den Prozess des digitalen Wandels zielgerichtet zu steuern.

Eine Besonderheit der Studie ist die Betrachtung von OfflinerInnen, womit sie die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren abbildet. Der Digital-Index als Kennzahl errechnet sich anhand der unterschiedlich gewichteten Dimensionen Zugang, Nutzungsverhalten, Kompetenz und Offenheit. Eine grundlegende Weiterentwicklung in diesem Jahr betrifft die digitalen Kompetenzen. Sie werden noch stärker entlang der fünf Kompetenzfelder des „European Digital Competence Framework“ der EU-Kommission betrachtet. Diese Systematik mit ihren verschiedenen Komplexitätsgraden ermöglicht eine bessere Einbettung in den europäischen Kontext.

Die Studie trägt aktuellen Entwicklungen der digitalen Welt sowie gestiegenen Anforderungen gegenüber der Gesellschaft Rechnung und unterliegt einer kontinuierlichen Fortentwicklung. Sie bildet gegenwärtige digitale Themen und Entwicklungen der Gesellschaft ab. Den der Studie zugrundeliegenden Fragenkatalog erarbeitet jährlich ein PartnerInnen-Kreis, bestehend aus VertreterInnen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft. Thematische Schwerpunkte sind im Lichte der Corona-Krise drei Bereiche: „Digitales Arbeiten“ beleuchtet die großen Entwicklungen in der Arbeitswelt (auch durch Corona) und ist, wie schon in den vergangenen Jahren, von herausragendem Interesse, weil es einen so großen Anteil am Alltag vieler Menschen ausmacht. Ein weiterer Schwerpunkt ist der „digitale (schulische) Unterricht“ mit Blick auf die unmittelbar beteiligten Gruppen der Lehrkräfte, SchülerInnen und Eltern: Sie standen durch Corona vor massiven Herausforderungen und Veränderungen, die das Potenzial haben, die Digitalisierung des (schulischen) Bildungssystems nachhaltig zu verändern. Ebenso betrachtet die Studie „digitale Gesundheitsanwendungen“ hinsichtlich der Inanspruchnahme von und Offenheit für digitale Kanäle und Anwendungen sowie für Alternativen zu Vor-Ort-Terminen. Sie erlaubt Einblicke in das Entwicklungspotenzial für aktuelle und zukünftige digitale Gesundheitsanwendungen.



# 01

# DIGITAL- INDEX

## ZUSAMMENSETZUNG UND STUDIENAUFBAU

### Dimensionen der Digitalisierung

Die vorliegende Studie misst mit dem Digital-Index den Digitalisierungsgrad der deutschen Gesellschaft. Seit mittlerweile acht Jahren bündelt der Digital-Index unterschiedliche Kernfragen im Umgang mit der Digitalisierung: Wie hoch ist die Internetnutzung insgesamt und mobil, welche Geräte nutzen die BürgerInnen hierfür (Zugang)? Welche digitalen Anwendungen und sozialen Medien nutzen sie und wie häufig (Nutzungsverhalten)? Wie kompetent bewegen sich die Menschen in Deutschland im Internet z. B. in Bezug auf Sicherheit, Quellenbewertung, Erstellen eigener Inhalte etc. (Kompetenz)? Sind die Menschen bereit, sich selbst neues digitales Know-how anzueignen und sehen sie sich generell eher als Gewinner oder Verlierer der Digitalisierung (Offenheit)? Ein Expertenkreis stellt die Indexkomponenten auf den Prüfstand und passt sie an aktuelle Gegebenheiten an. So wurden 2020 insbesondere die digitalen Kompetenzen anhand eines internationalen Bezugsrahmens der europäischen Kommission neu strukturiert und erweitert.

Über den Digital-Index als zentralen Kernbestandteil hinaus greift die Studie jährlich unterschiedliche aktuelle Themenfelder auf. Dieses Jahr steht dabei ganz unter dem Zeichen von Corona und untersucht vor diesem Hintergrund die Rolle der Digitalisierung in den Lebensbereichen Arbeitswelt, Bildung und Gesundheit.

Die Schwerpunktthemen 2020 sind:

- Digitales Arbeiten: Facetten des mobilen und flexiblen Arbeitens, insbesondere in Corona-Zeiten und Einstellungen zur digitalen Arbeitswelt
- Digitale Bildung: Erfahrungen der Menschen mit digitalem Unterricht und grundsätzliche Einstellungen zur Digitalisierung im Bildungswesen aus Perspektive der jeweiligen Beteiligten im Bildungswesen
- Digitale Gesundheit: Akzeptanz digitaler Behandlungsmöglichkeiten und deren Inanspruchnahme während der Corona-Pandemie

## Zusammensetzung des Digital-Index

Er verdichtet die vier Subindizes Zugang, Nutzungsverhalten, Kompetenz und Offenheit zu einer einzigen Kennzahl (zwischen 0 und 100) und stellt den Digitalisierungsgrad der deutschen Gesellschaft dar. Dabei fließen die Subindizes mit unterschiedlichem Gewicht in die Berechnung des Digital-Index ein. Zugang und Kompetenz haben die größten Gewichtungsfaktoren,

da eine technische Infrastruktur und persönliche Fertigkeiten das Fundament für einen hohen Digitalisierungsgrad bilden. Wie die Menschen gegenüber digitalen Trends eingestellt sind, fließt hingegen mit geringerem Gewicht über den Subindex Offenheit ein, das aktuelle Nutzungsverhalten bei digitalen Anwendungen wird als geringster Einflussfaktor erfasst.

### ZUGANG zur Digitalisierung

- Internetnutzung (beruflich/privat, allgemein/mobil)
- NutzungsplanerInnen
- Geräteausstattung

### NUTZUNGSVERHALTEN in der digitalen Welt

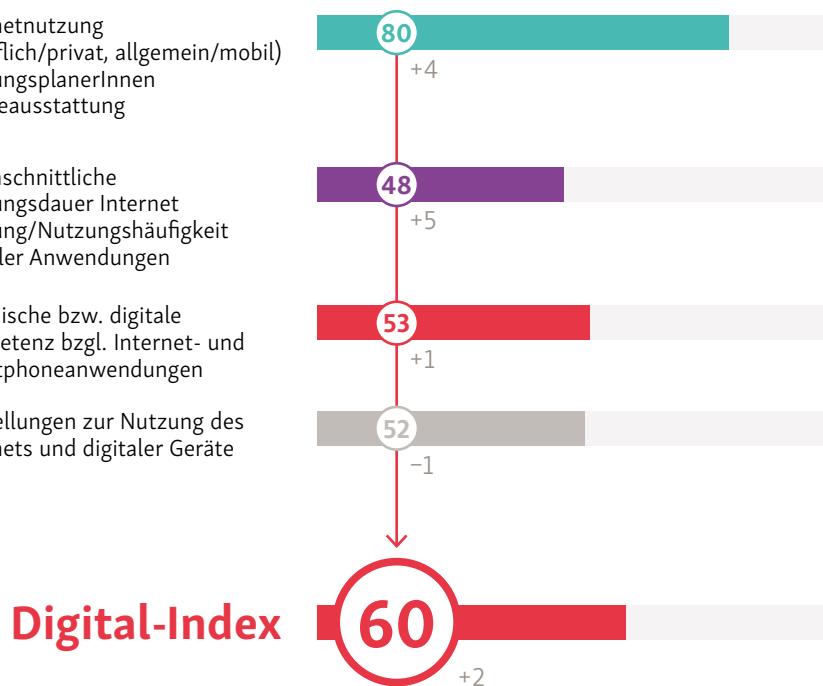
- Durchschnittliche Nutzungsdauer Internet
- Nutzung/Nutzungshäufigkeit digitaler Anwendungen

### Digitale KOMPETENZ

- Technische bzw. digitale Kompetenz bzgl. Internet- und Smartphoneanwendungen

### OFFENHEIT gegenüber Digitalisierung

- Einstellungen zur Nutzung des Internets und digitaler Geräte



Die Subindizes fließen mit unterschiedlichem Gewicht in die Berechnung des Digital-Index ein: Zugang 30%, Nutzungsverhalten 10%, Digitale Kompetenz 40%, Offenheit 20%.

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100

### Digital-Index im Zeitverlauf

Die Digitalisierung in Deutschland befindet sich weiter im Aufwärtstrend – der Digital-Index steigt auf 60 Punkte. Haupttreiber des diesjährigen Anstiegs sind, wie auch letztes Jahr, die Bereiche Zugang und Nutzungsverhalten. Ein verbesserter Zugang bedeutet dabei mehr (mobile) Internet-NutzerInnen sowie zusätzliche Geräte. Ein

ausgeweitetes Nutzungsverhalten beinhaltet eine vielfältigere und häufigere Nutzung verschiedener digitaler Anwendungen. Parallel dazu erhöhen sich auch die digitalen Kompetenzen geringfügig. Einstellungen und Offenheit können hingegen nicht mit dem Wachstumstempo der übrigen Komponenten mithalten, sie liegen leicht unter Vorjahresniveau.

# ZUGANG

## Internetnutzung im Zeitverlauf

Derzeit sind 88 Prozent der deutschen Bevölkerung online, 80 Prozent auch mobil. Der Trend der hohen Zuwachsraten beim mobilen Internet setzt sich auch 2020 fort. Die mobile Internetnutzung nähert sich nachdrücklich dem Niveau der allgemeinen Internetnutzung. Der Abstand beträgt erstmals weniger als zehn Prozentpunkte. Mittelfristig werden die beiden Werte gleichauf sein – wer das Internet benutzt, wird dann auch mobil online sein.

Die Gesamt-Internetnutzung steigt kontinuierlich, aber im Vergleich zur mobilen langsamer, an. Zu vermuten ist, dass mobile Zugänge hier der stärkere Treiber sind

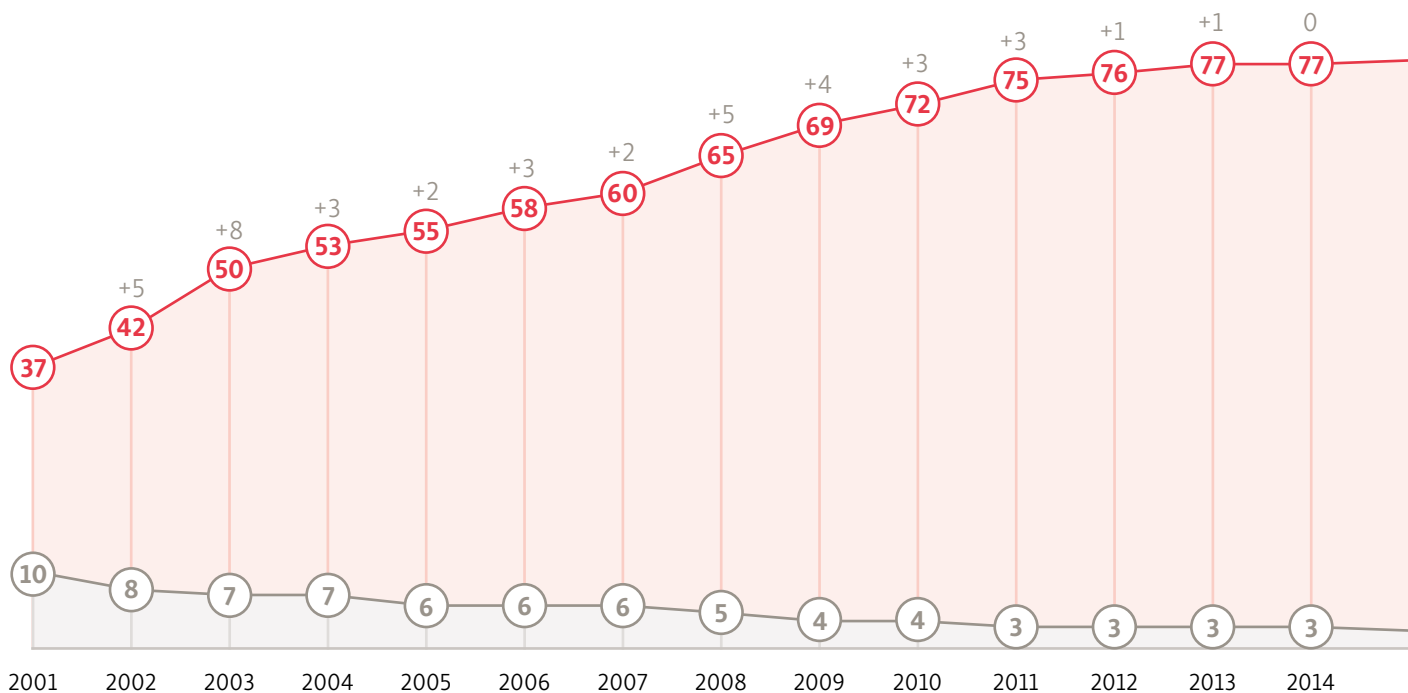
als stationäre. Die jährliche Steigerung der letzten fünf Jahre liegt im Schnitt bei zwei Prozentpunkten. Der Anteil der OfflinerInnen sinkt damit auf zwölf Prozent. Aktuell sind rund 8,5 Millionen Menschen in Deutschland ohne Zugang zum Internet.

### Geschlechterunterschiede verschwinden mit steigendem Bildungsniveau.

Generell gilt: Mit zunehmender formaler Bildung steigen die Internetnutzung sowie die mobile Internetnutzung. Im niedrigen Bildungsbereich liegt der Anteil

Nutzen Sie persönlich zumindest ab und zu das Internet?

— Internetnutzung gesamt — Mobile Internetnutzung  
— Nutzungsplaner



Basis: Personen ab 14 Jahren (2020 n=16.158); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

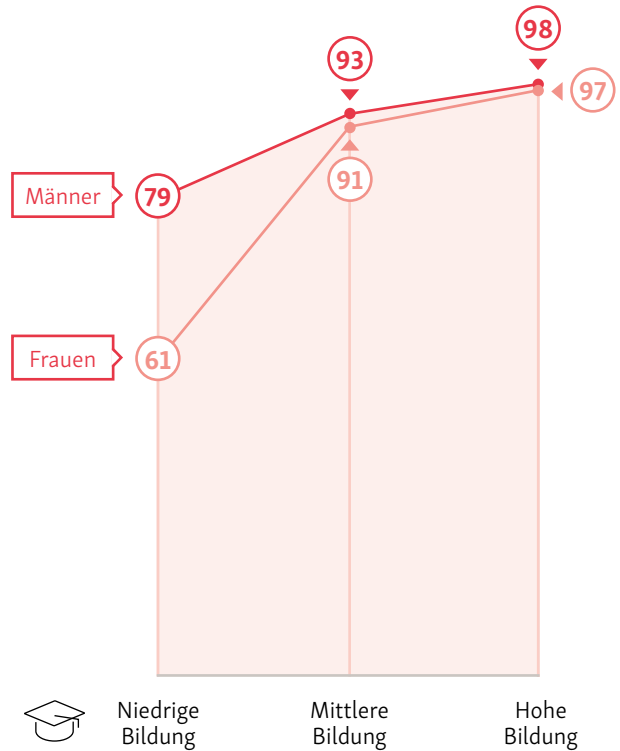
an Internet-NutzerInnen bei 70 Prozent, im hohen Bildungsbereich nutzen mit 98 Prozent hingegen so gut wie alle das Internet.

Auch der Geschlechtervergleich zeigt, dass zwischen Frauen und Männern nach wie vor ein unterschiedliches Niveau bei der allgemeinen und der mobilen Internetnutzung besteht. Seit Jahren liegen Männer im Vergleich vor den Frauen. Aktuell nutzen 91 Prozent der Männer und 84 Prozent der Frauen das Internet.

Dieser Geschlechterunterschied gilt jedoch nicht für alle Bildungsniveaus gleichermaßen: Je höher die formale Bildung, desto geringer ist der Unterschied zwischen Frauen und Männern. Bei den niedrig Gebildeten nutzen mit fast 20 Prozentpunkten Unterschied deutlich mehr Männer als Frauen das Internet, bei den hoch Gebildeten beträgt der Unterschied nur einen Prozentpunkt zugunsten der Männer. Das gleiche Muster gilt für die mobile Internetnutzung.

### Geschlechterunterschiede in der Internetnutzung nach Bildungsniveau

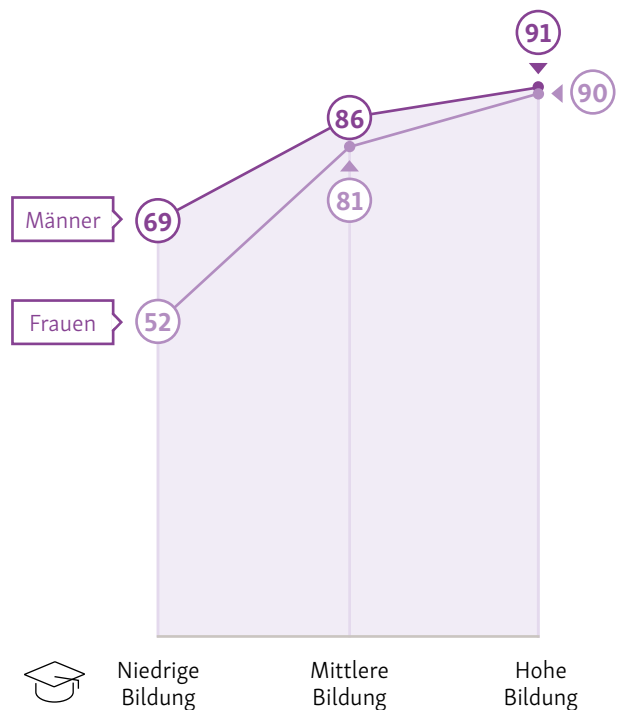
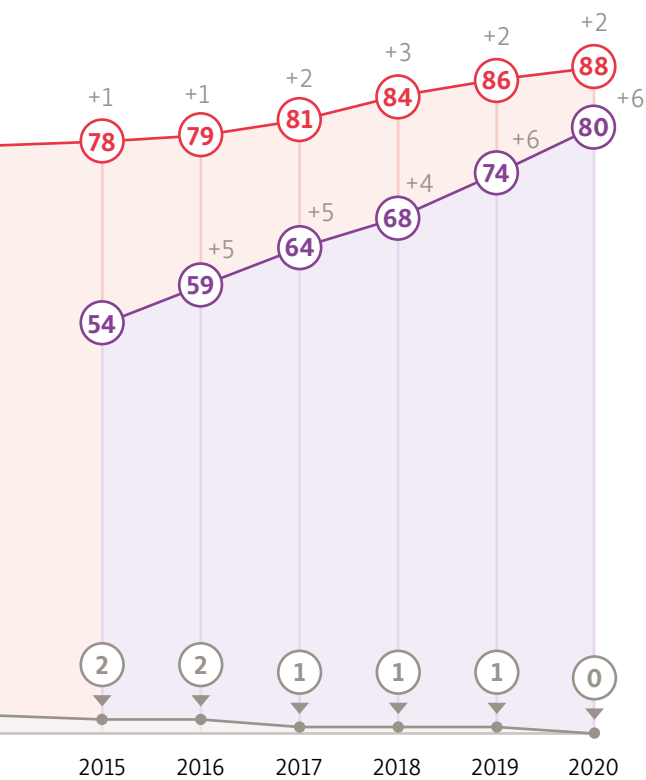
— Internetnutzung gesamt  
— Mobile Internetnutzung



Niedrige Bildung

Mittlere Bildung

Hohe Bildung



Niedrige Bildung

Mittlere Bildung

Hohe Bildung

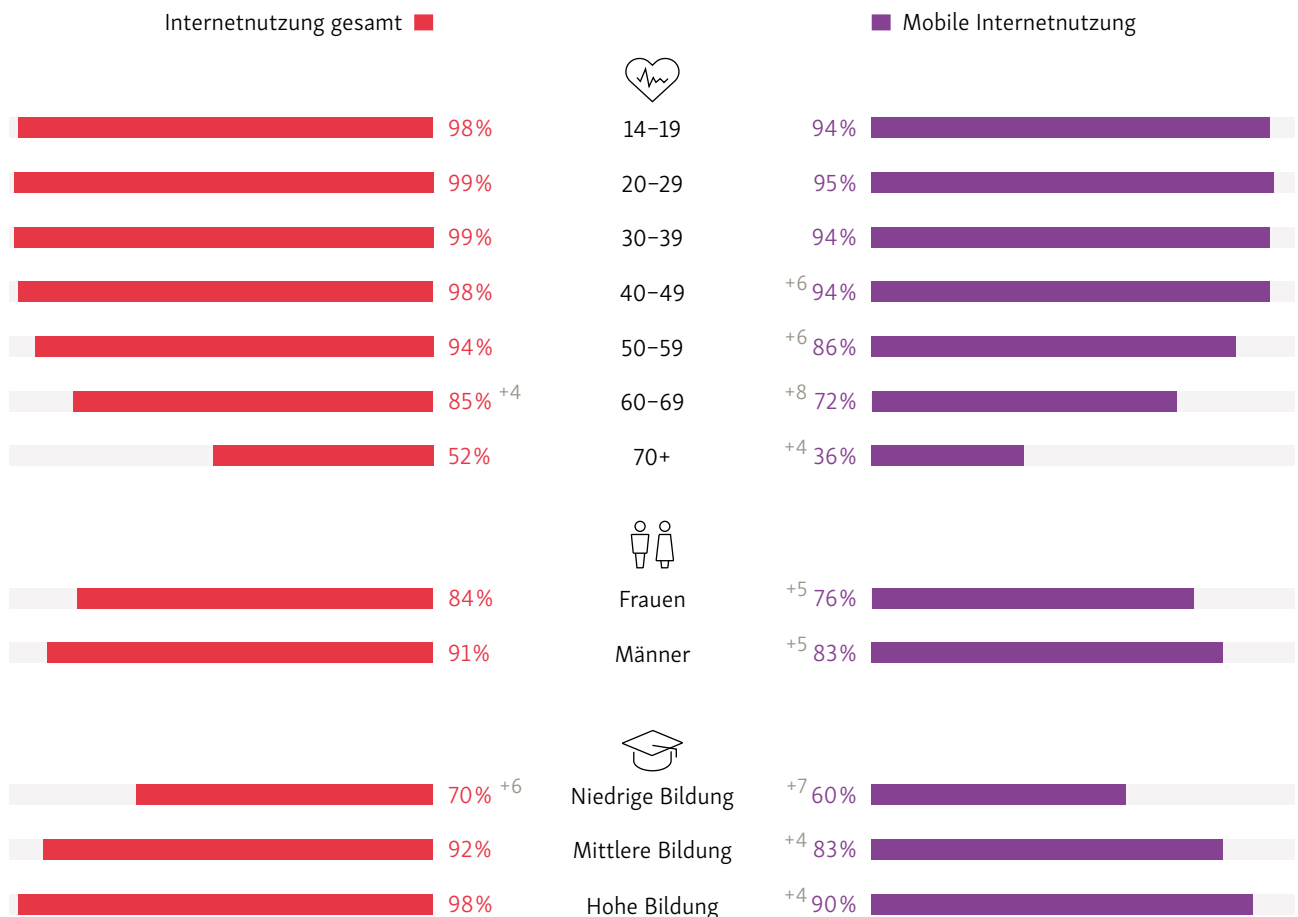
## (Mobile) Internetnutzung nach Bevölkerungsgruppen

Keine strukturelle Veränderung trotz Verbesserung einzelner, bisher weniger digitaler Gruppen: Alter, Bildung, Geschlecht oder Berufstätigkeit sind Faktoren, die sich auf die (mobile) Internetnutzung auswirken. Aber auch der Urbanitätsgrad des Wohnorts oder die Anzahl der Personen im Haushalt haben einen Einfluss auf die Teilhabe am digitalen Leben. So bestehen seit Jahren Spaltungen in Bezug auf die Digitalisierung in der deutschen Gesellschaft. Die größten Zuwächse beim Internetzugang finden in den Bevölkerungsgruppen mit bisher geringster Nutzung und entsprechend größtem Aufholpotenzial statt, dennoch bleiben auch 2020 die generellen Unterschiede zwischen Jung und Alt, Männern und Frauen,

formal niedrig und hoch Gebildeten, Berufstätigen und Nichtberufstätigen etc. bestehen.

Der Anstieg der Internetnutzung insgesamt ist in Deutschland moderat, Personen mit niedriger formaler Bildung sowie Alleinstehende in Einzelhaushalten holen insgesamt langsam auf. Treibender Faktor ist die mobile Internetnutzung, hier verzeichnen so gut wie alle Bevölkerungsgruppen starke Zuwächse. Tendenziell können aber auch bei der Internetnutzung insgesamt bisher eher weniger digitale Gruppen wie Ältere, Nichtberufstätige, niedrig Gebildete etc. aufholen.

Nutzen Sie persönlich zumindest ab und zu das Internet bzw. das Internet auch über das Mobilfunknetz eines Mobilfunkanbieters?



EW = Einwohnerzahl

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=16.158); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

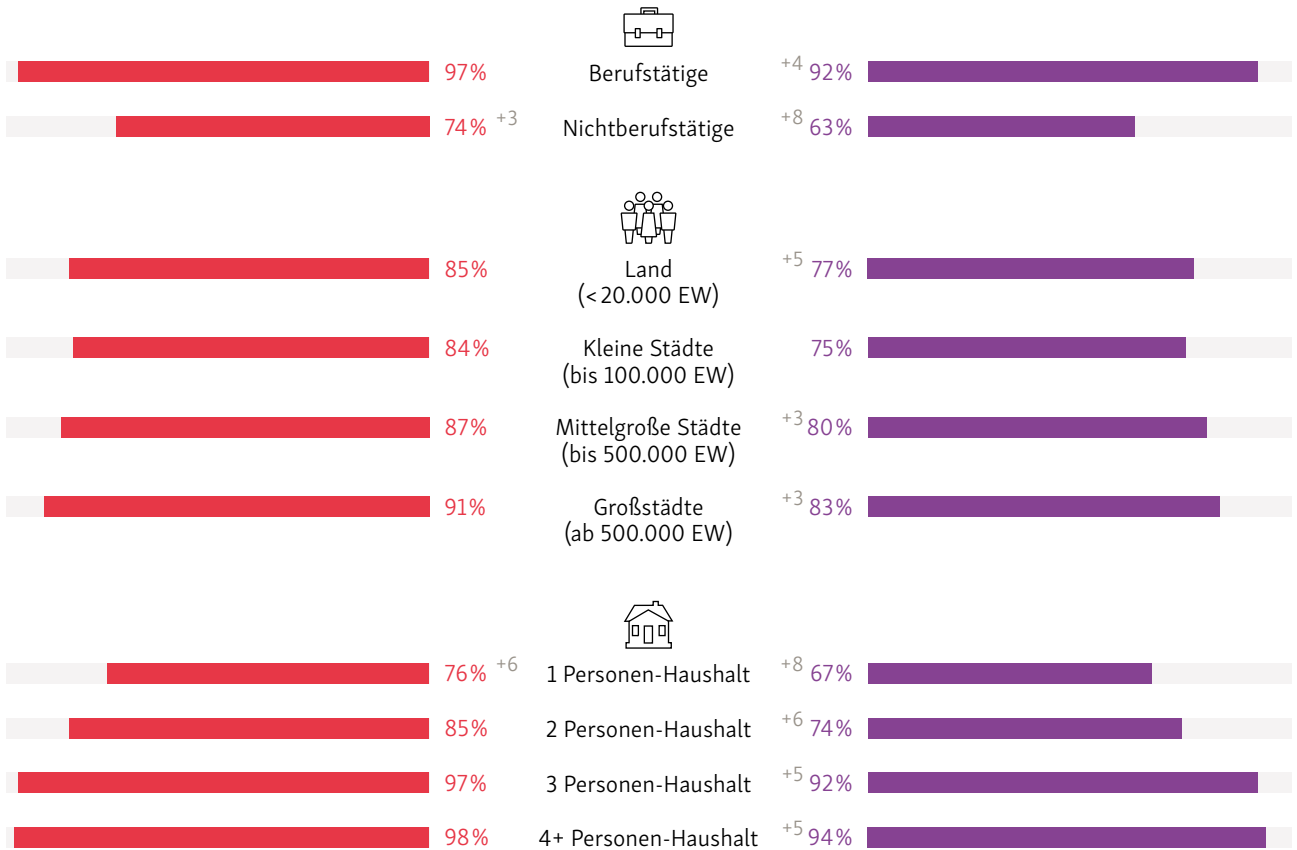
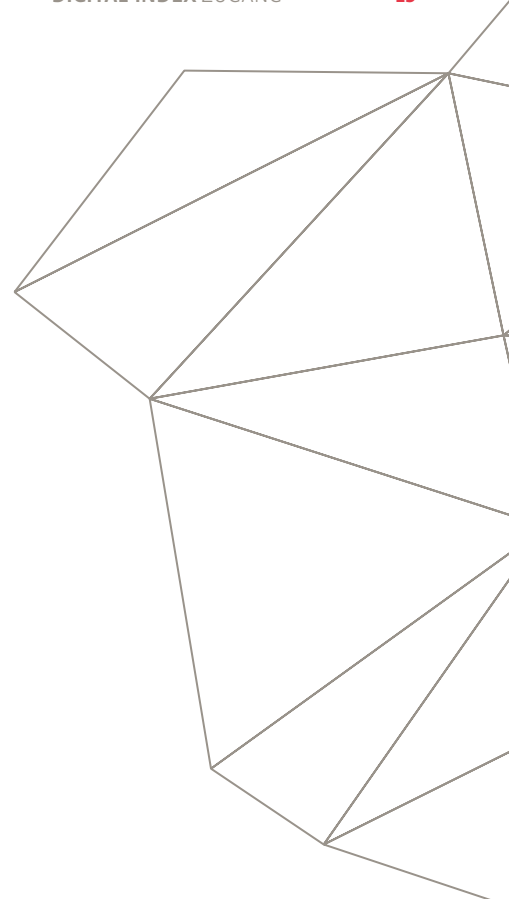


#PARTNER:INNEN

**Ingoberth Veith**

Director Public Policy,  
HUAWEI TECHNOLOGIES Deutschland GmbH

Die Internetnutzung nimmt weiterhin zu. Für eine möglichst breite digitale Teilhabe ist dies positiv. Betrachtet man aber die über 70-Jährigen, bleibt eine große gesellschaftliche Gruppe weiterhin nicht erreicht. Das schmälert die Möglichkeit von digitalen Anwendungen. Ermutigend ist bei näherer Betrachtung, dass die Internutzung der über 70-Jährigen zwar insgesamt stagniert, die mobile Nutzung jedoch klar angestiegen ist. Für diese Gruppe sollten noch mehr bedarfsgerechte Anreize geschaffen werden, wie z. B. auf die Älteren angepasste mobile Sprachassistenten, um die Nutzungsschwelle abzusenken.



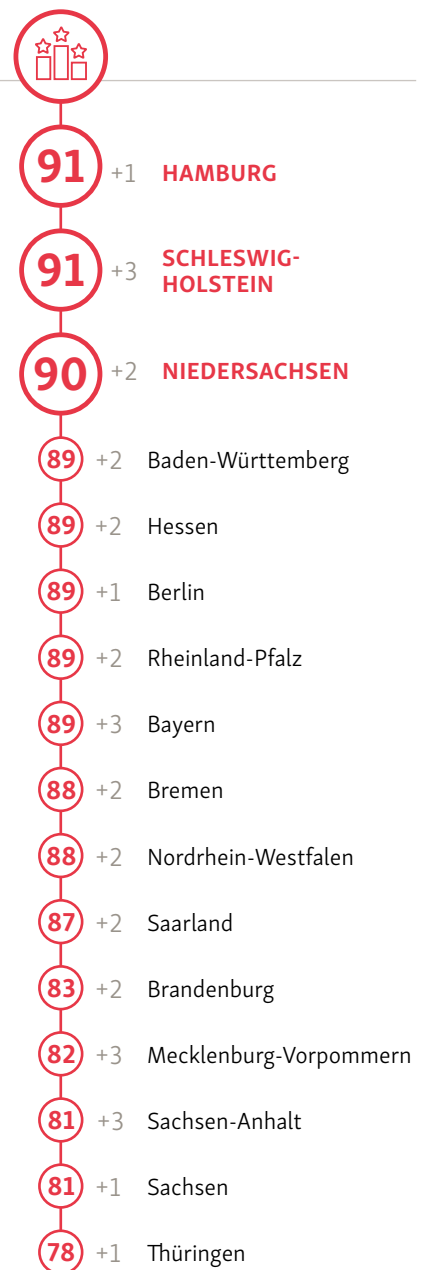
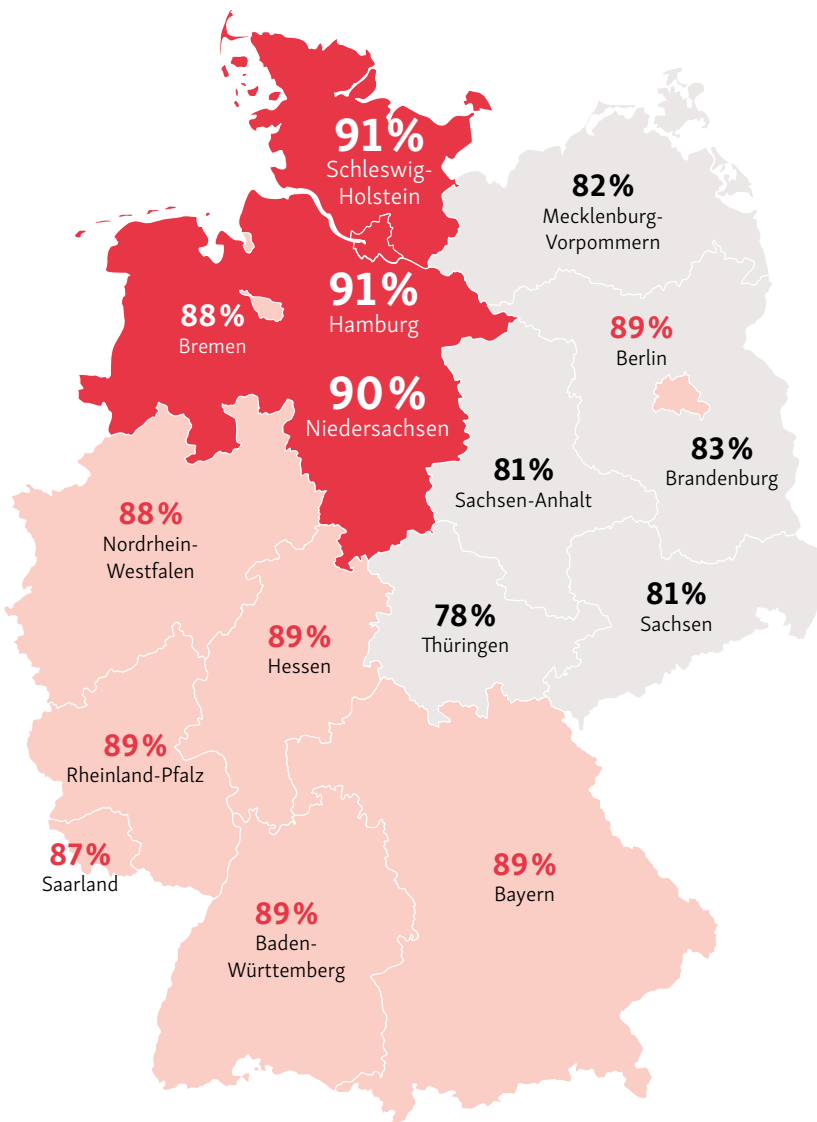
# Internetnutzung nach Bundesländern

Die Top drei Bundesländer liegen bei mindestens 90 Prozent. Die Internetnutzung steigt insgesamt nicht stark an, dafür aber flächendeckend. Die ersten drei Plätze belegen Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen, hier sind inzwischen neun von zehn Menschen online. Die meisten Bundesländer liegen bei einer Internetnutzung über 85 Prozent, darunter auch

Berlin sowie die bevölkerungsstarken Länder Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen. In den östlichen Bundesländern nimmt die Nutzung ebenfalls weiterhin zu, bis auf Thüringen liegt sie nun überall höher als 80 Prozent. Dennoch können sie auch 2020 nicht an das Niveau der übrigen Bundesländer anknüpfen.

Nutzen Sie persönlich zumindest ab und zu das Internet?

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



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=16.158)

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



## Mobile Internetnutzung nach Bundesländern

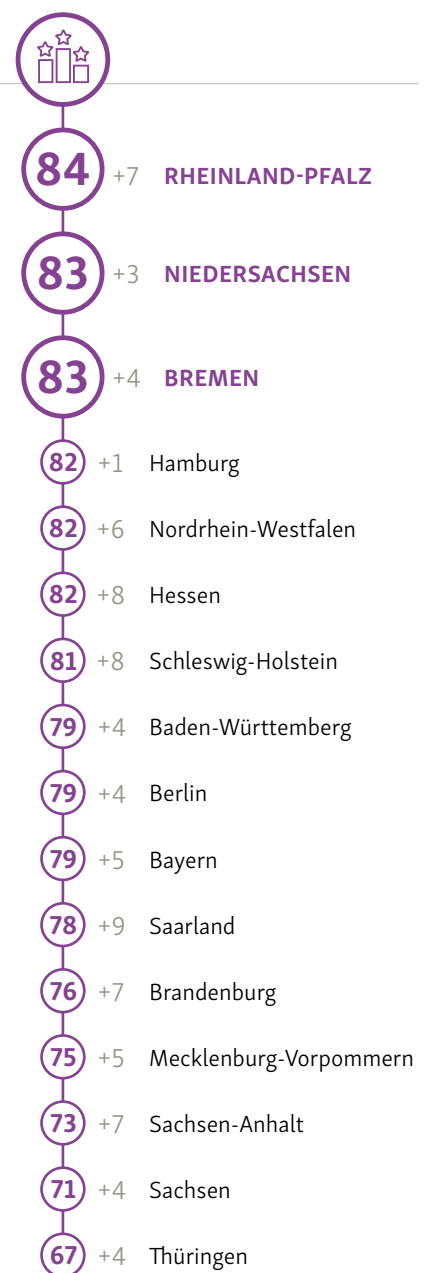
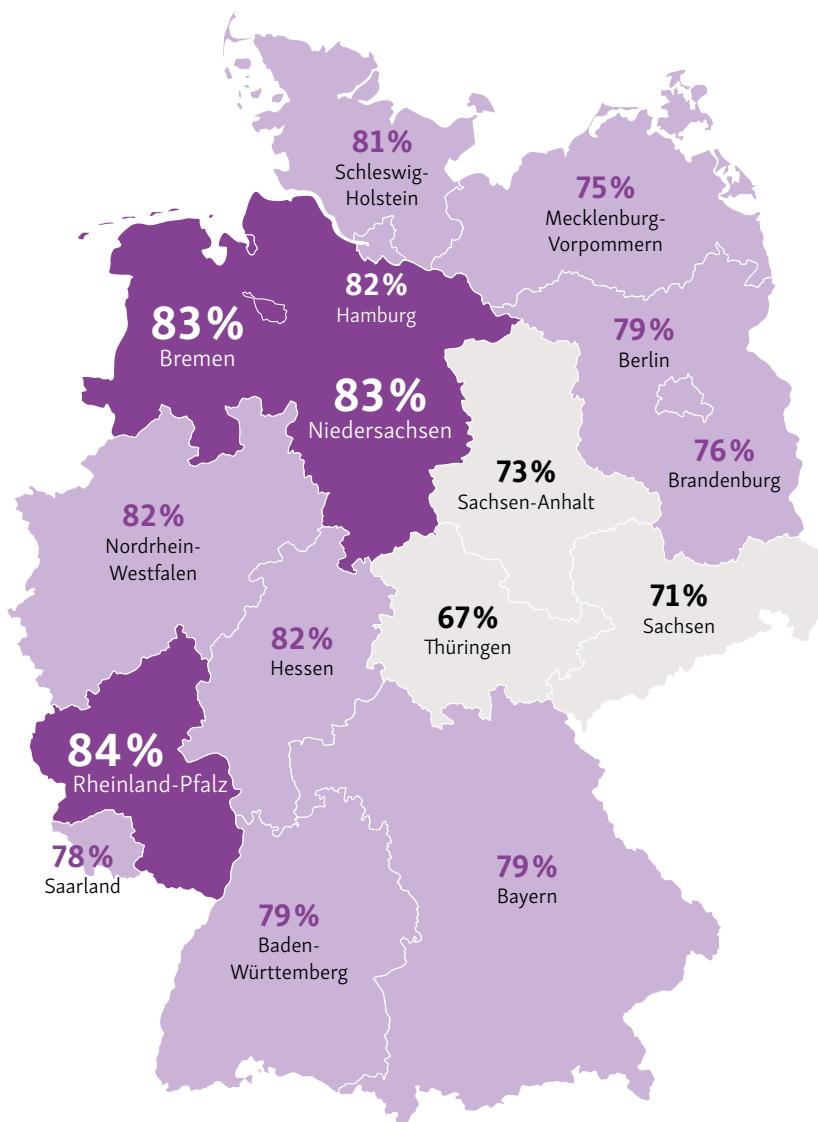
### Mehr Dynamik bei der mobilen Internetnutzung:

Rheinland-Pfalz ist der neue Spitzenreiter, Niedersachsen und Bremen folgen wie letztes Jahr auf Platz zwei und drei bei der mobilen Internetnutzung. In knapp der Hälfte aller Bundesländer greifen mittlerweile über 80 Prozent der Bevölkerung mobil auf das Internet zu. Die regionalen Zuwachsraten beim mobilen Internet

sind auch 2020 wieder sehr hoch. Am stärksten holt das Saarland auf mit einem Zuwachs von neun Prozentpunkten im Vergleich zu 2019. Hier bildet Thüringen mit 67 Prozent mobiler Nutzung wie auch bei der Nutzung insgesamt das Schlusslicht. Damit verbleibt es trotz Anstieg als einzige Region unterhalb der 70-Prozent-Marke.

Nutzen Sie persönlich das Internet auch über das Mobilfunknetz eines Mobilfunknetzbieners?

■ Top 3 Bundesländer ■ 75 Prozent oder mehr ■ Unter 75 Prozent



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=16.158)

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

# OfflinerInnen

## Wer sind die OfflinerInnen?\*



**12%**<sup>-2</sup>  
Anteil der OfflinerInnen

**69 Jahre**  
Durchschnittsalter

14-29 Jahre: 4%  
30-49 Jahre: 7%  
50-64 Jahre: 17%  
65+ Jahre: 72%

**69%**  
Niedrige Bildung

Mittlere Bildung: 21%  
Hohe Bildung: 10%

**63%**  
Frauen

Männer: 37%



↓ Mehr Zahlen und Informationen zu den älteren Generationen finden Sie unter diesem QR-Code.

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

Niedrige Bildung: 81%  
70+ Jahre: 81%

### Kein Interesse

Habe generell **kein Interesse** am Internet / an diesem Medium

76

Ist mir **zu kompliziert**

28

-5

Frauen: 25%  
Männer: 32%

### Inhaltliche Hürden

Meine **Kinder/Freunde/Bekante** sind im Internet und **erledigen das für mich** mit, was ich brauche

21

-7

70+ Jahre: 25%

Sehe für mich **keinen Nutzen/Vorteil** darin

20

-10

Frauen: 16%  
Männer: 27%

Habe **Datenschutzbedenken**

14

+4

### Technische/ monetäre Hürden

Wir haben hier **keine Möglichkeit ins Internet zu kommen**

5

+4

Ich **kann es mir nicht leisten** (allgemein)

4

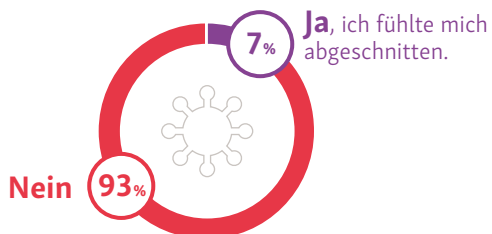
Drei Viertel der OfflinerInnen geben an, dass sie grundsätzlich kein Interesse am Internet haben. Deutlich seltener (und auch weniger häufig als im Vorjahr) stehen einer Nutzung inhaltliche Hürden wie Komplexität oder fehlender Nutzen entgegen. Ein Fünftel der OfflinerInnen

hat im persönlichen Umfeld Menschen, die ihnen digitale Erledigungen abnehmen, bei den über 70-Jährigen sogar ein Viertel. Technische oder monetäre Gründe werden nur von einem sehr geringen Teil der OfflinerInnen als Barrieren genannt.

Basis: OfflinerInnen (n=263); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten;

\* Ausführliche Beschreibung im Kapitel Digitale Gesellschaft (Nutzertypen, Seite 38/39)

Hatten Sie in Zeiten der Corona-Krise das Gefühl, von digitalen Möglichkeiten wie der Kommunikation mit ÄrztInnen, der Familie, den Behörden oder der Erledigung von Einkäufen abgeschnitten zu sein?



OfflinerInnen haben zu digitalen Informationen, Anwendungen und Kommunikationsmitteln keinen Zugang. Dennoch fühlte sich die große Mehrheit von ihnen auch während des Corona-Lockdowns, als viele Aktivitäten ins Internet verlagert wurden, nicht ausgegrenzt oder von bestimmten Möglichkeiten abgeschnitten. Nur sieben Prozent haben nach eigenen Angaben ein solches Gefühl der Ausgrenzung erlebt, weil sie keine digitalen Möglichkeiten nutzten.

Unter welcher Bedingung würden Sie künftig das Internet nutzen?

### Top 3 Motivatoren für eine künftige Nutzung

- 23**<sup>+6</sup> Wenn mir **jemand zeigen würde**, wie es funktioniert
- 20**<sup>+3</sup> Wenn die **Nutzung einfacher** wäre
- 19**<sup>-6</sup> Wenn ich einen **klaren Nutzen** für mich erkennen würde

Der insgesamt größte Motivationsfaktor für eine künftige Nutzung wäre eine Begleitung und Anleitung bei den ersten Schritten ins Internet. Das würde ein knappes Viertel der OfflinerInnen zur Nutzung motivieren. Vom ersten Platz verdrängt wurde die Antwort „Wenn ich einen klaren Nutzen für mich erkennen würde“ – möglicherweise haben einige OfflinerInnen vor dem Hintergrund der Corona-Ereignisse erstmalig einen Nutzen für sich erkannt. Zwanzig Prozent wären außerdem bereit für die Nutzung, wenn diese einfacher wäre.



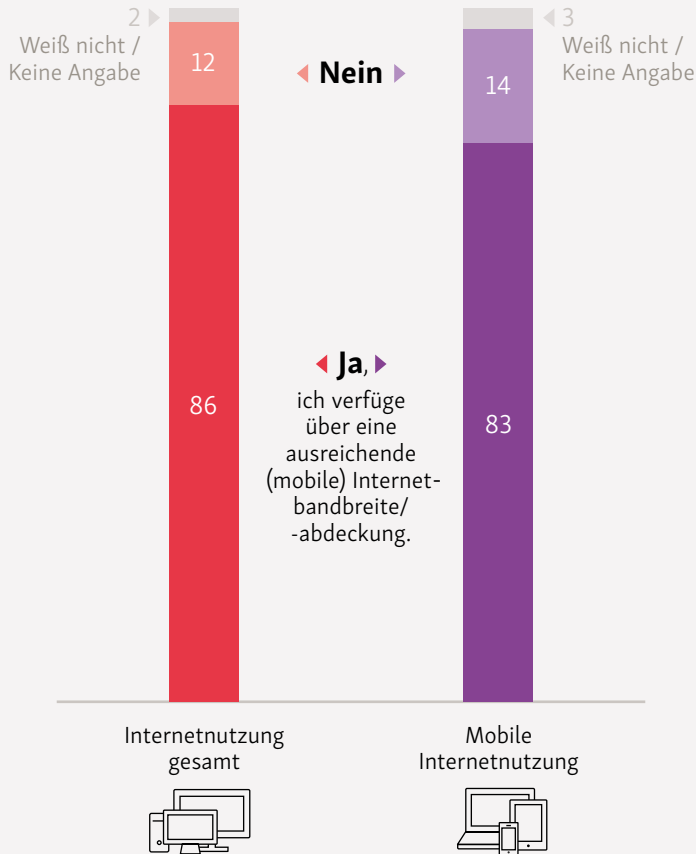
### #EXPERT:INNEN

**Dagmar Hirche**  
Mitgründerin des Vereins  
„Wege aus der Einsamkeit“

**Sie helfen (vornehmlich älteren) Menschen bei den ersten Schritten ins Internet – wie hat sich die Nachfrage in den letzten Jahren und seit Corona entwickelt?** Die Nachfrage ist seit sieben Jahren ungebrochen, was sich verändert hat ist das Durchschnittsalter, das stetig nach oben steigt. Wir haben immer mehr TeilnehmerInnen die 80+ sind und spüren insgesamt größeres Interesse am Internet. In den ersten Jahren nahmen zu 95 Prozent Frauen zwischen 72 und 84 Jahren teil, in den letzten zwei Jahren stieg der Anteil der Männer auf zehn Prozent an. Corona hat ein komplettes Um- bzw. Neudenken bei uns und den TeilnehmerInnen gefordert. Wir haben all unsere Angebote ins Digitale umgewandelt und die Menschen 65+ mitgenommen. Durch Schulungen ist dies überraschend sehr gut gelungen. Aber auch hier sind es die Frauen, die mit über 95 Prozent teilnehmen.

**Was sind die größten Hürden für den Sprung ins Internet und wo muss die Gesellschaft mehr unterstützen?** Es gibt vielfältige Hürden: Viele können oder wollen die finanziellen Mittel nicht aufbringen. Auch mangelnde oder fehlende Infrastruktur ist weiterhin ein Problem: Gerade im ländlichen Raum kommt es weiterhin vor, dass es zum Haus bzw. der Wohnung keine oder nur eine sehr instabile Internetverbindung gibt. Zudem sind Altenheime und Seniorenwohnanlagen oft noch nicht mit WLAN ausgestattet, da gibt es dringend Nachholbedarf. Und dann scheitert es ganz konkret oft an den ersten Schritten: Wenn man noch nie Kontakt mit den digitalen Produkten und der Funktionsweise hatte, ist es zu kompliziert und ohne Hilfe für viele kaum möglich. Es fehlt an verständlichen Begriffen und Produktnamen, Installationen und Updates sind oftmals zu kompliziert. Für viele fehlen auch erreichbare und kostenfreie digitale Bildungsangebote in der Nachbarschaft, das würde sehr weiterhelfen.

Verfügen Sie zu Hause über eine ausreichende Internetbandbreite für Ihre Bedürfnisse? Und verfügen Sie an Ihrem Wohnort über eine ausreichende Abdeckung mit mobilem Internet?



Basis: OnlinerInnen (n=1.775); Angaben in Prozent

### Verfügbare Bandbreiten als Barriere beim Internetzugang

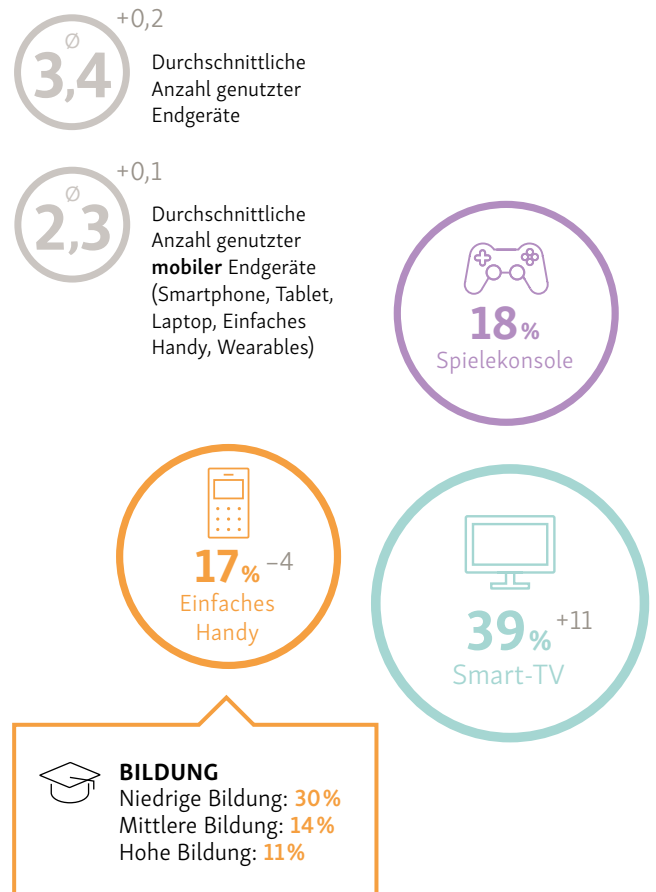
Über den grundsätzlichen Zugang zum Internet hinaus entscheidet die zur Verfügung stehende Geschwindigkeit und Stabilität über die Möglichkeiten der Nutzung. Die deutliche Mehrheit beurteilt diese als ausreichend. Eine zu langsame Verbindung zu Hause beklagen zwölf Prozent der OnlinerInnen, eine unzureichende Abdeckung mit mobilem Internet im Wohnort sehen 14 Prozent. In der Folge können sie insbesondere datenintensive Dienste nicht oder nur eingeschränkt nutzen, dazu zählen Streaming, Video-Konferenzdienste, Podcasts oder Social Media.

## Nutzung von digitalen Geräten

Smarte Geräte erfahren in diesem Jahr mehr Beachtung denn je. Dazu zählen allen voran smarte TV-Geräte mit einem sprunghaften Anstieg um 11 Prozentpunkte auf 39 Prozent. Aber auch Sprachassistenten und Wearables sind im Jahr 2020 erstmals mit zweistelligen Nutzungszahlen in der deutschen Bevölkerung angekommen.

Das Smartphone bleibt ungebremst auf dem Vormarsch, acht von zehn Deutschen nutzen es inzwischen. Auch das Tablet hat seine rückläufige Tendenz von 2017/2018

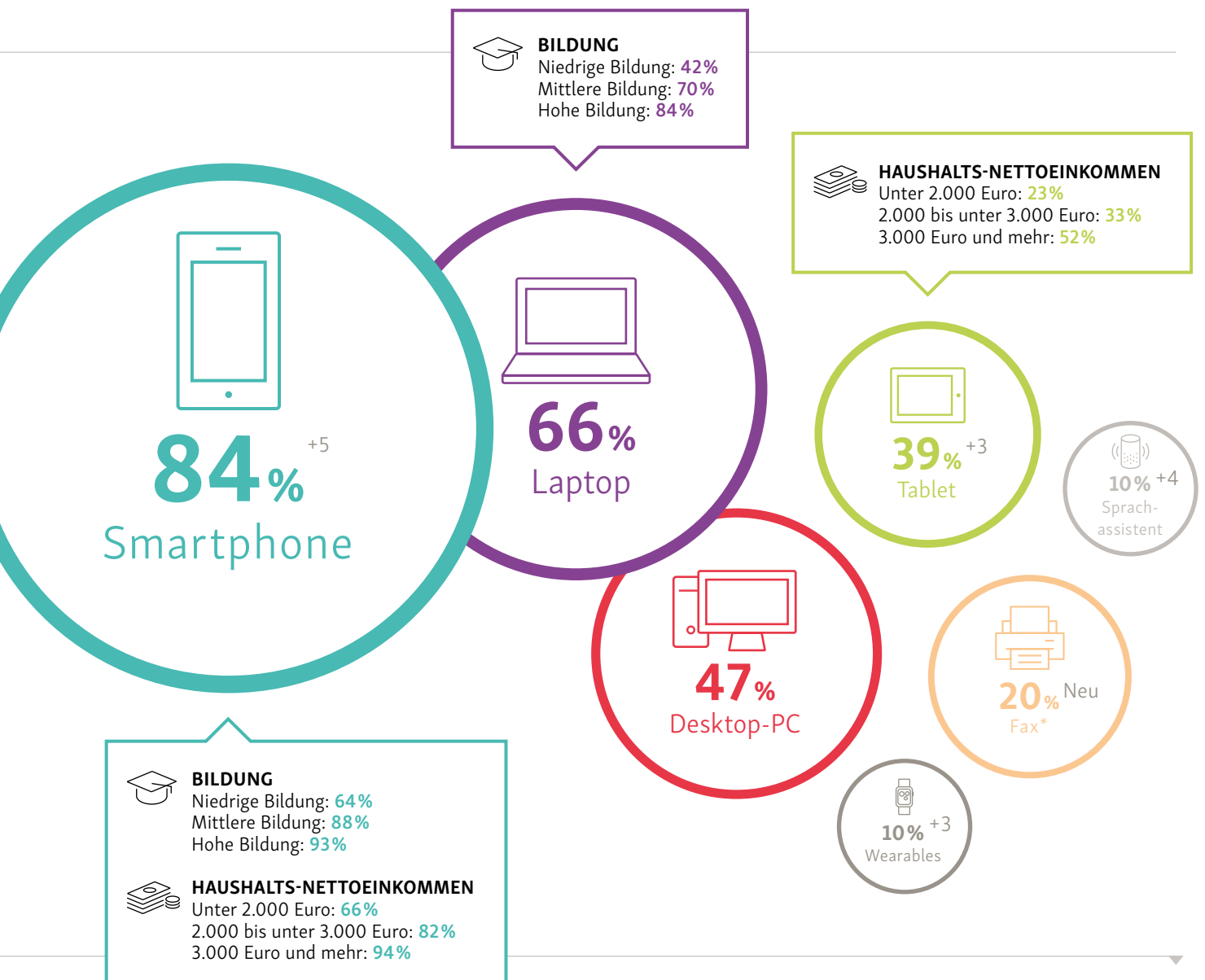
Bitte sagen Sie uns, welche der folgenden Geräte Sie privat oder beruflich nutzen?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=16.158); Abweichungen in Prozentpunkten; \*(n=2.038)

überwunden und verzeichnet wieder leichte Wachstumsraten. Insgesamt zeigt sich: Der Besitz von Geräten hängt stark mit dem Niveau der formalen Bildung sowie dem Haushaltsnettoeinkommen zusammen. So nutzen bspw. fast alle Mitglieder eines Haushalts mit einem Nettoeinkommen über 3.000 Euro ein Smartphone. Bei Menschen mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 Euro sind es nur sieben von zehn. Beim Tablet verdoppelt sich sogar der Anteil der NutzerInnen von niedrigem Einkommen zu höherem.

Im Jahr 2020 erstmals abgefragt zeigt sich: Das Faxgerät erreicht mit 20 Prozent eine höhere Nutzungsquote als das einfache Handy. Nach wie vor spielt das Fax vor allem dort eine relevante Rolle, wo Dokumente rechtsverbindlich übertragen werden müssen. Besonders häufig vertreten sind Fax-NutzerInnen unter den Berufstätigen mit Führungsverantwortung (46 Prozent) sowie bei Berufstätigen mit Bürojob (42 Prozent), weniger im privaten Bereich oder im Zusammenhang mit Homeschooling.



# NUTZUNGSVERHALTEN

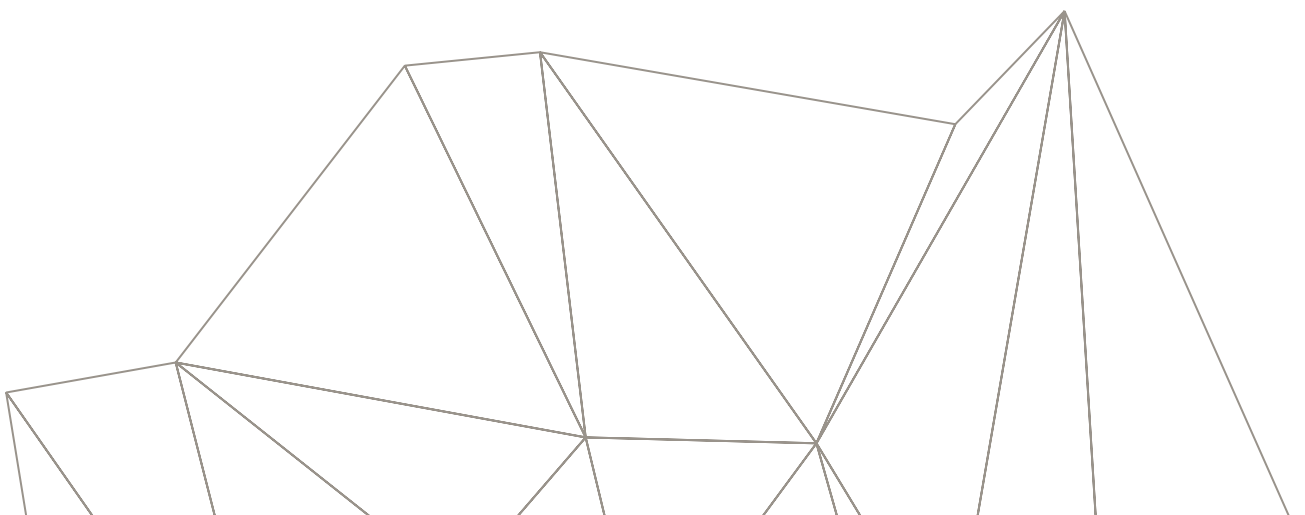
## Nutzungshäufigkeit einzelner Dienste und Anwendungen

### Zuwachs bei allen digitalen Anwendungen: Besonders Nutzung von Streaming-Diensten, digitalen Lernangeboten und Sprachassistenten steigt

Dieser Subindex spiegelt die Nutzungsgewohnheiten der deutschsprachigen Bevölkerung im Internet wider. Er erfasst, welche digitalen Anwendungen und sozialen Medien die BürgerInnen verwenden oder konsumieren und in welchem Umfang. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich dabei über alle digitalen Dienste hinweg ein Anstieg in der Nutzung. Dieser ist zum Teil erheblich und sicherlich auch auf die reduzierten Offline-Möglichkeiten in Zeiten der Corona-Beschränkungen zurückzuführen. Etwa drei Viertel kaufen zumindest gelegentlich Waren im Internet oder kommunizieren über Instant-Messaging-Dienste. Auch die Bestellung oder Buchung von Dienstleistungen (z. B. Reisen, Lieferdienste, Handwerk), zum Teil einhergehend mit digitalen Bezahlungen (z. B. über PayPal), sind mit knapp zwei Dritteln beliebte Online-Anwendungen. Mit einer Gesamtnutzung um die 50 Prozent erreichen On-Demand- und Streaming-Dienste sowie digitale Lernangebote neue Spitzenwerte. Neben digitalen Sprachassistenten erfahren diese Anwendungen den größten Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr. Mehr Zeit in den eigenen vier Wänden und die Umstellung auf digitale Lernformate während der Corona-Krise erklären diesen Anstieg (ausführlichere Informationen zum digitalen Unterricht während Corona finden Sie im Schwerpunkt-kapitel ab Seite 51).

Ein oder mehrmals pro Woche nutzen die BürgerInnen in Deutschland insbesondere Messenger Dienste wie WhatsApp (61 Prozent). Für immerhin ein Viertel gehört auch Online-Streaming zum Alltag, während gut ein Zehntel mindestens einmal in der Woche online bezahlt oder an Videokonferenzen teilnimmt. Online-Shopping (Waren oder Dienstleistungen) sowie digitale Behördengänge finden hingegen schwerpunktmäßig eher seltener statt.

Nutzungsverhalten sowie -häufigkeit bei den Diensten und Anwendungen unterscheiden sich stark innerhalb verschiedener soziodemografischer Gruppen. Dabei spielen vor allem Alter und Bildung eine große Rolle. Die junge Bevölkerung zwischen 14 und 29 Jahren nutzt so gut wie alle digitalen Dienste weit überdurchschnittlich intensiv und oft, ältere Personen über 65 Jahre stark unterdurchschnittlich. Ähnliche Verhältnisse zeigen sich zudem beim Bildungsgrad: Wer formal gering gebildet ist, weist ein niedriger ausgeprägtes Nutzungsverhalten auf als Menschen mit hoher Bildung. Dies gilt vor allem für Kommunikations- und Unterhaltungs-Dienste wie Instant Messenger oder On-Demand-Angebote. Aber auch für Office-Anwendungen, jedoch nicht für Computerspiele. Zudem gilt: Großstadt-BewohnerInnen sind in vielen Aspekten nutzungsstärker, BewohnerInnen ländlicher Gegenden nutzen viele Dienste weniger und/oder seltener als der Bevölkerungsdurchschnitt.



Bitte geben Sie an, ob bzw. wie häufig Sie die folgenden Anwendungen nutzen.

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

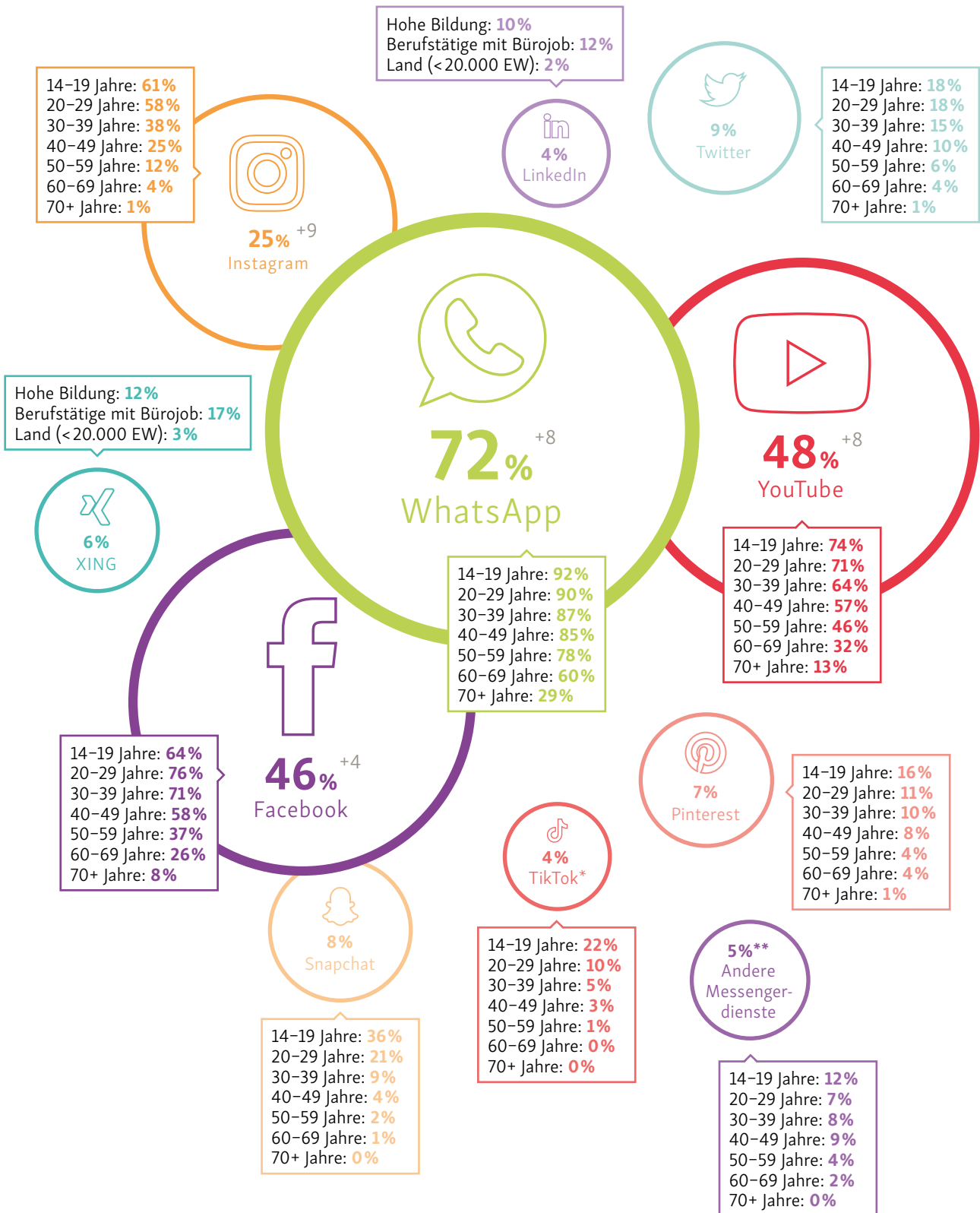


↑ Die ausführliche Formulierung der Fragestellung bzw. Antwortkategorien finden Sie unter diesem QR-Code.

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; Aufgrund von Rundungen summieren sich die einzelnen Nutzungsanteile nicht immer auf die Gesamtnutzung auf.

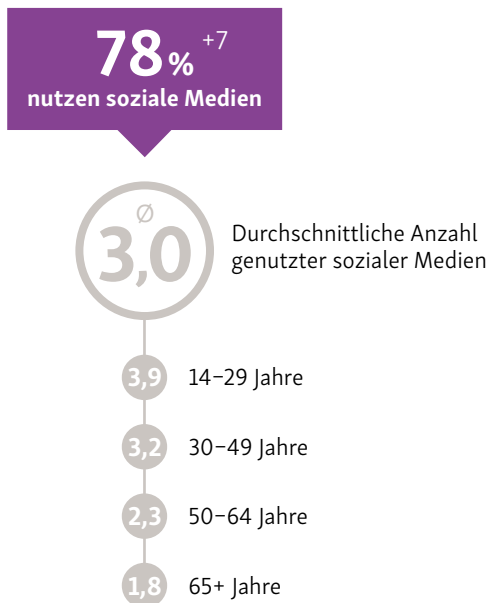
# Nutzung sozialer Medien

Welche der folgenden sozialen Medien nutzen Sie – egal ob Sie aktiv etwas posten bzw. hochladen oder nur Inhalte/Videos ansehen?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=16.158); Abweichungen in Prozentpunkten; \* (n=8.014); \*\* (n=2.038)





### Mehr als drei Viertel der deutschsprachigen Bevölkerung nutzen soziale Medien – Kommunikations- und Unterhaltungsmedien wachsen deutlich.

Die Social-Media-Nutzung in Deutschland steigt um sieben Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und liegt nun bei 78 Prozent. Starkes Wachstum ist insbesondere bei den Spitzenreitern WhatsApp sowie YouTube (beide plus acht Prozentpunkte) zu beobachten, fast drei von vier BürgerInnen nutzen mittlerweile WhatsApp. Auf Platz drei folgt das soziale Netzwerk Facebook (plus vier Prozentpunkte), das ebenso wie YouTube knapp die Hälfte der Bevölkerung erreicht. Instagram legt um neun Prozentpunkte zu, ein Viertel der BürgerInnen nutzt es. Mit Nutzungsanteilen von je unter zehn Prozent spielen weitere Dienste wie Twitter, Snapchat, TikTok oder berufliche Netzwerke nur eine untergeordnete Rolle.

Die vier meistgenutzten Dienste sind bei allen Altersgruppen die beliebtesten, große Unterschiede zeigen sich jedoch bei der Anzahl der genutzten Medien. Während 14- bis 29-Jährige im Durchschnitt knapp vier soziale

Medien nutzen, sind es bei den über 65-Jährigen nur knapp zwei. WhatsApp, YouTube und Facebook werden von Menschen jeglichen Alters am meisten genutzt, wobei 30- bis 49-Jährige Facebook geringfügig der Videoplattform YouTube vorziehen. Instagram ist nur bis zu einem Alter von maximal 50 Jahren relevant. Unter den 14- bis 29-Jährigen nutzen es aber drei von fünf. Beim Blick auf die Nutzungsanteile zeigt sich ein klares Muster: Je älter, desto geringer ausgeprägt ist der Umgang mit sozialen Medien. Auch Bildung und Berufstätigkeit sind entscheidende Faktoren bei der Nutzung von Social Media. So sind alle Plattformen bei formal höher Gebildeten sowie berufstätigen Personen überdurchschnittlich stark im Einsatz. Berufstätige mit Schreibtischarbeit nutzen die Plattformen in besonders hohem Maße, auch die beruflichen Netzwerke XING und LinkedIn.

Unabhängig von den professionellen Networking-Plattformen XING und LinkedIn spielt im beruflichen Kontext einzig der Marktführer WhatsApp eine gewisse Rolle: Ein Fünftel der Nutzenden in Deutschland verwendet den Instant-Messenger-Dienst auch für den professionellen Austausch.

### TikTok-NutzerInnen mit geringerem Sicherheitsbewusstsein

Während drei Viertel der Personen ab 14 Jahren, die Twitter verwenden, Wert auf eine regelmäßige Aktualisierung ihrer Antivirensoftware legen, sind es bei Nutzenden von TikTok nicht einmal zwei Drittel. Auch das Bewusstsein darüber, dass Unternehmen ihre Daten an Dritte weitergeben, ist in dieser Gruppe geringer ausgeprägt als bei anderen Social-Media-Nutzenden. Gleichzeitig findet die Hälfte der TikTok-UserInnen, im Internet müsse man nicht immer jedes Wort auf die Goldwaage legen, die NutzerInnen aller sozialer Netzwerke teilen diese Meinung nicht einmal zu einem Drittel. TikTok-Nutzende bewegen sich demnach vergleichsweise frei im Netz, ohne potenziellen Risiken allzu vorsichtig zu begegnen. Diese Unbedarftheit hängt sicherlich auch damit zusammen, dass die meisten NutzerInnen dieses Dienstes deutlich jünger sind als die anderer sozialer Medien. Twitter-Nutzende schätzen – ebenso wie bei TikTok – insbesondere den Netzwerk-Charakter von sozialen Medien: Drei von fünf bringen sich dort ein und vernetzen sich mit Gleichgesinnten.

# KOMPETENZ

## Einordnung ins Kompetenzframework der EU-Kommission

In diesem Jahr folgt die Gruppierung der Kompetenzen in der Studie verstärkt der Struktur des europäischen Rahmenmodells für digitale Kompetenzen, kurz DigComp. Dieses wurde im Auftrag der europäischen Kommission entwickelt und dient als Werkzeug, um die digitalen Kompetenzen der BürgerInnen strukturiert zu erfassen, vergleichbar zu machen (auf nationalem und EU-Level) und letztlich gezielt zu verbessern. Dieses Instrument der Selbsteinschätzung etabliert außerdem ein gemeinsames Verständnis von digitalen Fertigkeiten und wie sie zu bewerten sind. Fünf Kompetenzfelder beschreiben, was digital versierte BürgerInnen ausmacht. Es braucht Kompetenzen in allen fünf Feldern, um für die Digitalisierung gerüstet zu sein in Bezug auf Arbeit, Beschäftigungsfähigkeit, Lernen, Freizeit und gesellschaftliche Teilhabe.



### Informations- und Datenkompetenz

Informationsbedürfnisse artikulieren, in digitalen Umgebungen nach Daten, Informationen und Inhalten suchen, auf sie zugreifen und zwischen ihnen navigieren. Informationen, Daten und digitale Inhalte auswerten und verwalten.



### Gestalten und Erzeugen digitaler Inhalte

Digitale Inhalte in verschiedenen Formaten erstellen und bearbeiten und sich mit digitalen Mitteln ausdrücken. Regeln zu digitalem Eigentum kennen.



### Kommunikation und Kollaboration

Durch eine Vielzahl digitaler Technologien interagieren und kollaborieren. Für einen gegebenen Kontext geeignete digitale Kommunikationsmittel nutzen. Umgangsregeln im Netz kennen und die eigene digitale Identität verwalten.



### Sicherheit und Wohlbefinden

Schutz von Geräten und digitalen Inhalten sowie Verständnis von Risiken und Bedrohungen in digitalen Umgebungen, auch für das eigene Wohlbefinden. Sicherheitsmaßnahmen kennen und Privatsphäre bewahren.



### Problemlösekompetenz

Technische Probleme beim Betrieb von Geräten und bei der Nutzung digitaler Umgebungen erkennen und lösen. Identifizierung digitaler Kompetenzlücken. Angemessene digitale Lösungen für Bedürfnisse finden.

Die einzelnen Kompetenzbereiche setzen sich im D21-Digital-Index analog zu diesem Framework inhaltlich zusammen und decken innerhalb der einzelnen Kompetenzfelder verschiedene Komplexitätsgrade ab. So ergibt sich eine Mischung aus Basiskönnen und anspruchsvollerem digitalem Know-how. Dies stellt die Abdeckung eines breiten Spektrums digitaler Kompetenzen sicher.

### #PARTNER:INNEN

#### Marc Reinhardt

Executive Vice President, Head of Public Sector, Capgemini Deutschland

Der Aufbau von Datenkompetenz und Wissen im Umgang mit neuen Technologien wie etwa KI wird zum Schlüsselfaktor für unsere Zukunftsfähigkeit. Der Wert von Daten hängt davon ab, inwiefern sie genutzt und geteilt werden. Entsprechend muss die Datensouveränität gestärkt werden. Nur sie sorgt dafür, dass in jeder Situation die Auswirkungen und Vorteile des Teilens eigener Daten bekannt sind. Das betrifft auch den (digitalen) Staat: Ein Schritt in die richtige Richtung ist z.B. die Initiative zum Aufbau einer Digitalakademie für die Verwaltung. In der Datenstrategie der Bundesregierung sind weitere wichtige Schritte vorgesehen, darunter ein „Chief Data Officer“ für jedes Ministerium.

## Kompetenzen in der digitalen Welt

Mit 53 von 100 Indexpunkten liegt die Indexsäule Kompetenz in etwa auf Vorjahresniveau, Tendenz leicht steigend. Ein Blick in die einzelnen Anwendungsbereiche zeigt: Es gibt teilweise erhebliche Unterschiede in den Kompetenzfeldern. In kommunikativen Aspekten, insbesondere im Umgang mit Smartphones, sind die BürgerInnen am kompetentesten. Die Bereiche Inhaltserstellung und

insbesondere Problemlösekompetenz sind hingegen häufig von Unsicherheit bzw. geringeren Kompetenzen geprägt.



↓ Die ausführliche Formulierung der Fragestellung bzw. Antwortkategorien finden Sie unter diesem QR-Code.

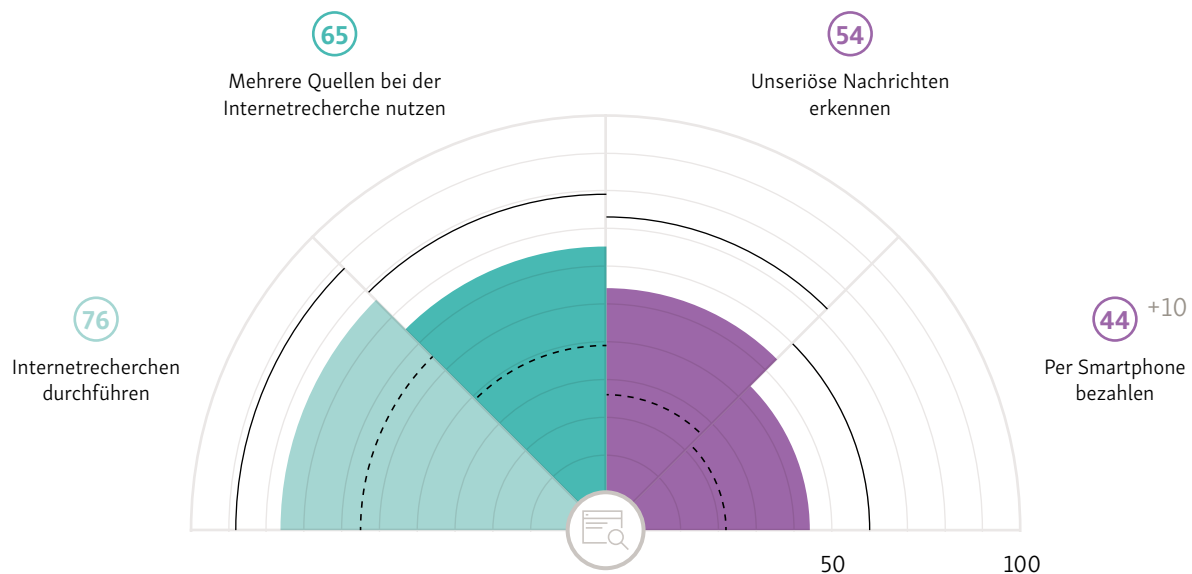
### Informations- und Datenkompetenz

Komplexitätsgrad der Kompetenzen (Gesamtbevölkerung): ■ Sehr gering ■ Gering ■ Hoch ■ Sehr hoch

— Hohe Bildung    - - - Niedrige Bildung

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

Lesebeispiel: Ich kann ...



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

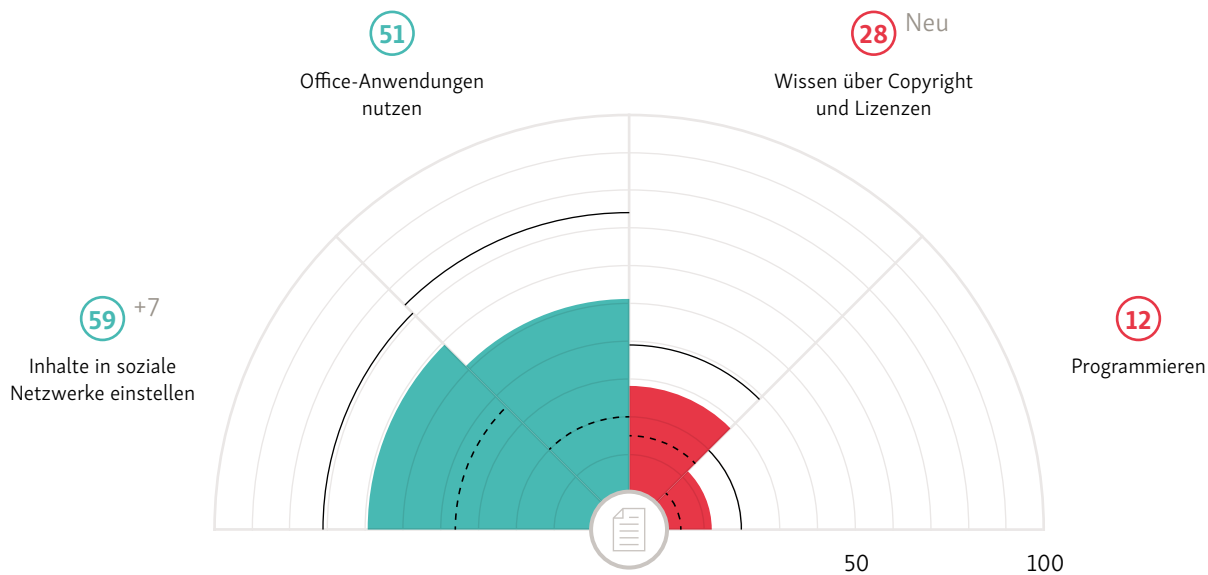
Im Bereich der Informations- und Datenkompetenz ist die Fertigkeit, einfache Internetrecherchen durchzuführen, in der Bevölkerung am stärksten vorhanden. Zwei Drittel verlassen sich dabei nicht nur auf eine einzige Quelle. Gut die Hälfte der BürgerInnen sieht sich in der Lage, seriöse von unseriösen Nachrichten im Netz zu

unterscheiden. Hierbei gibt es starke Unterschiede abhängig von der Bildung: 73 Prozent der höher Gebildeten erkennen unseriöse Nachrichten, aber nur 26 Prozent der niedrig Gebildeten. Mobiles Bezahlen per Smartphone erfährt einen großen Schub: Gut zwei von fünf können mittlerweile auf diese Weise kontaktlos zahlen.

## Gestalten und Erzeugen digitaler Inhalte

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

Lesebeispiel: Ich kann / ich habe ...



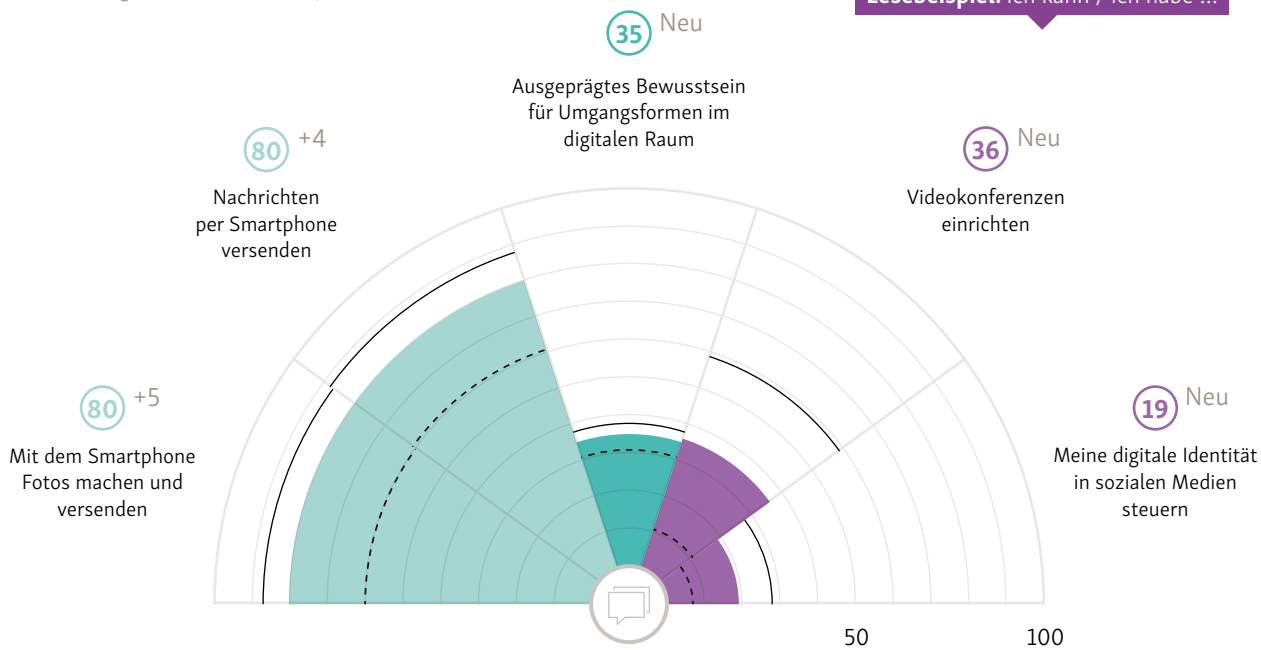
Im Kompetenzfeld Gestalten und Erzeugen digitaler Inhalte sind Wissen und Fertigkeiten geringer ausgeprägt: Nur eine Minderheit kennt sich im komplexen Thema Urheberrecht aus oder hat Programmierkenntnisse.

Die höchsten Kompetenzen hierbei weisen Menschen mit hohem Bildungsniveau sowie 14–49-Jährige auf. Zudem sind solche Fertigkeiten tendenziell häufiger bei Männern verbreitet als bei Frauen sowie bei Berufstätigen.

## Kommunikation und Kollaboration

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

Lesebeispiel: Ich kann / ich habe ...



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

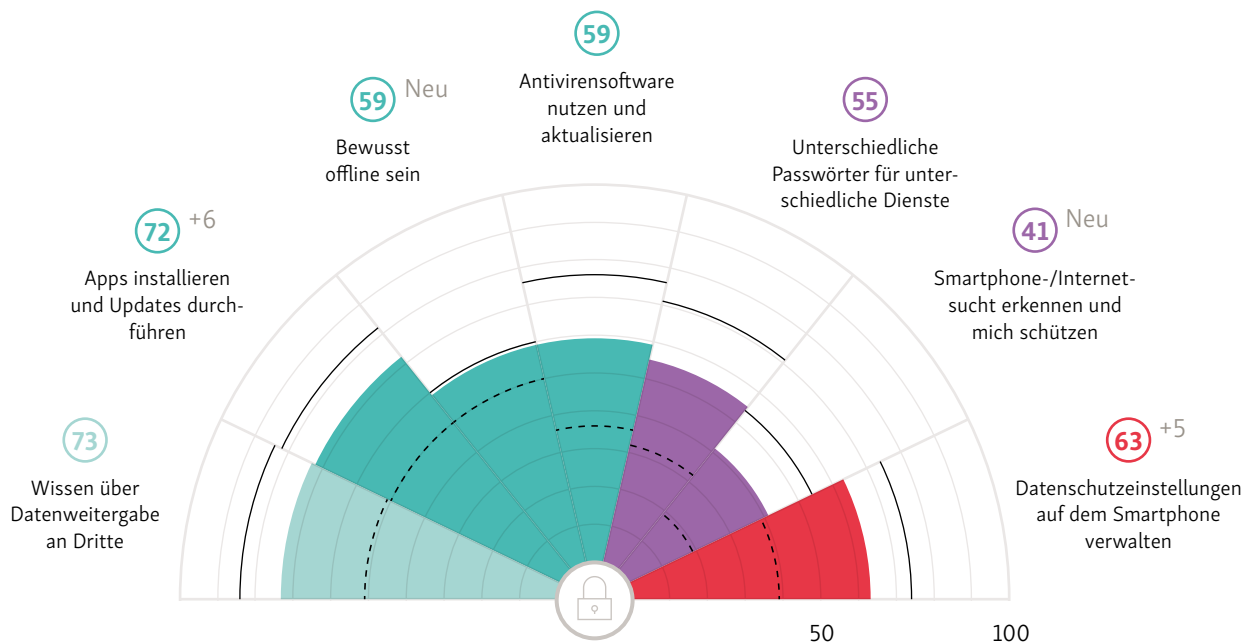
Die Dimension Kommunikation und Kollaboration weist starke Ausprägungen bei den Basiskompetenzen auf. Acht von zehn Personen können Fotos oder Nachrichten per Smartphone versenden (plus vier bzw. fünf Prozentpunkte). Ausgeprägtes Bewusstsein für einen respektvollen Umgang im Internet haben 35 Prozent. Etwas höher liegt dieses bei formal höher Gebildeten sowie Personen ab 50 Jahren. Leicht unterdurchschnittlich hingegen bei formal niedrig

Gebildeten sowie jüngeren Generationen. Auf ähnlich geringem Niveau bewegt sich die Fertigkeit zur Einrichtung von Videokonferenzen (36 Prozent) sowie die bewusste Steuerung der eigenen digitalen Identität (19 Prozent). Wie bei fast allen Aspekten verfügen auch hier SchülerInnen über höhere Kompetenzen – eine Gruppe, die sich intensiv in sozialen Netzwerken aufhält und für die das Kommunizieren über digitale Medien zum Alltag gehört.

## Sicherheit und das eigene Wohlbefinden

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

Lesebeispiel: Ich kann / ich habe ...



Sicherheit und das eigene Wohlbefinden im Digitalen besitzen für die Mehrheit einen hohen Stellenwert. Knapp sechs von zehn Personen können sich bewusst von der digitalen Welt distanzieren und haben somit nicht das Gefühl, ständig online präsent sein zu müssen. Gerade jüngere und SchülerInnen tun sich dabei schwer, auch mal bewusst offline zu sein. Dafür fühlen diese sich fitter, was das Erkennen einer Digitalsucht betrifft:

Zwei Drittel der SchülerInnen trauen sich das zu und wären laut eigenen Angaben in der Lage, entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Insgesamt herrscht hohes Bewusstsein dafür, dass Internet-Dienste und Apps persönliche Daten an andere Firmen weitergeben (73 Prozent). Die Datenschutzeinstellungen von Apps können knapp zwei Drittel verwalten – deutlich ausgeprägter bei hoher Bildung als bei niedriger.

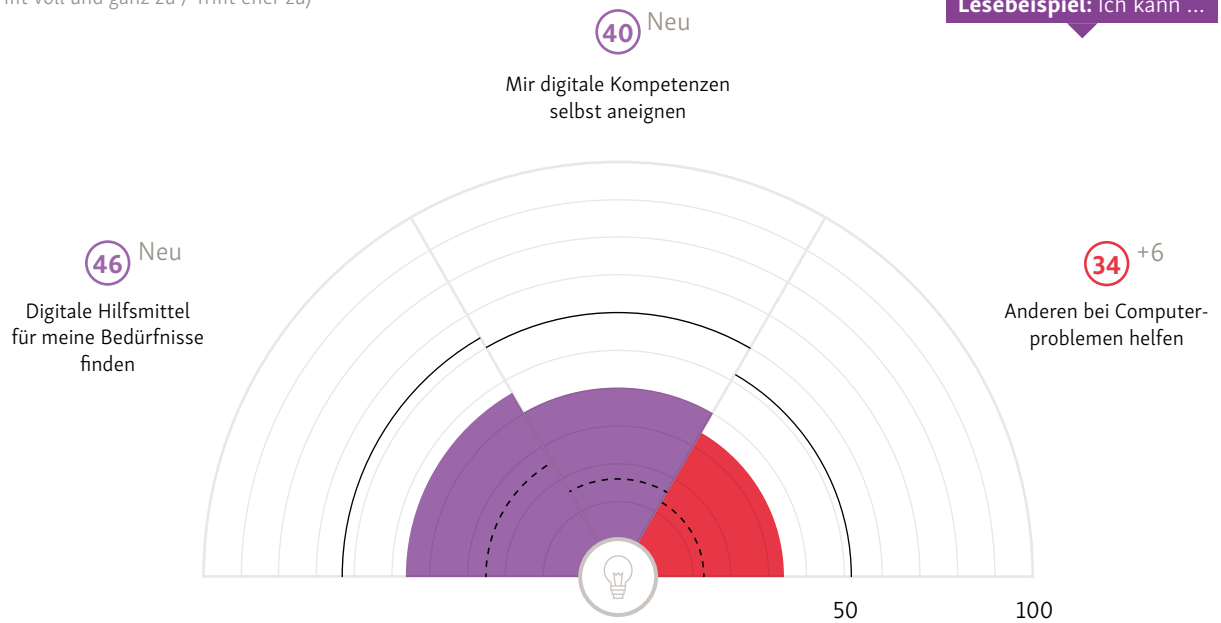
Komplexitätsgrad der Kompetenzen (Gesamtbevölkerung): ■ Sehr gering ■ Gering ■ Hoch ■ Sehr hoch  
 — Hohe Bildung    - - - Niedrige Bildung

## Problemlösekompetenzen im Digitalen

Komplexitätsgrad der Kompetenzen (Gesamtbevölkerung): ■ Sehr gering ■ Gering ■ Hoch ■ Sehr hoch

— Hohe Bildung - - - Niedrige Bildung

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



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

Problemlösekompetenzen im Digitalen sind in der deutschen Bevölkerung eher gering ausgeprägt, haben aber auch insgesamt einen höheren Komplexitätsgrad. Am sichersten zeigen sich die Menschen im Auffinden und Auswählen passender Angebote für ihre Fragestellungen. Auch den Ausbau der eigenen Digitalkompetenzen durch

digitale Tools beherrschen zwei von fünf BürgerInnen, wobei zwischen formal niedrig (16 Prozent) und hoch Gebildeten (60 Prozent) große Unterschiede bestehen. Nur ein Viertel traut sich zu, anderen bei Computerproblemen zu helfen. Auch hier gibt es große Differenzen abhängig von Bildung, Alter, Geschlecht oder auch Berufstätigkeit.

# Wissensaneignung rund um Themen der Digitalisierung

## Acht von zehn BürgerInnen bilden sich bezüglich Digitalisierung informell durch Austausch und Ausprobieren weiter.

Durch die Einschränkungen in Corona-Zeiten verlagerten sich viele Aktivitäten kurzfristig ins Digitale, sowohl privat als auch beruflich. Dadurch mussten viele BürgerInnen schnell neue digitale Kompetenzen erwerben. Es stellt sich daher die Frage: Wie haben sie diese Fertigkeiten erlangt und sich auf den notwendigen Wissensstand im Umgang mit Technik und Anwendungen gebracht? Die Erhebungen zeigen eindeutig: Durch Eigeninitiative, d.h. informelle Wissensaneignung auf alle möglichen Arten, hauptsächlich aber durch Ausprobieren und Austausch mit anderen.

Nach zwei Jahren Stillstand gewinnt informelles Lernen rund um Internet und Computer damit aktuell deutlich an Bedeutung und wächst um sieben Prozentpunkte. Fast zwei von drei BürgerInnen bringen sich Neues durch Ausprobieren bei. Ein gutes Drittel zieht auch das Internet zurate, beispielsweise mithilfe von Tutorials auf Videoportalen oder Diskussionen in Foren.

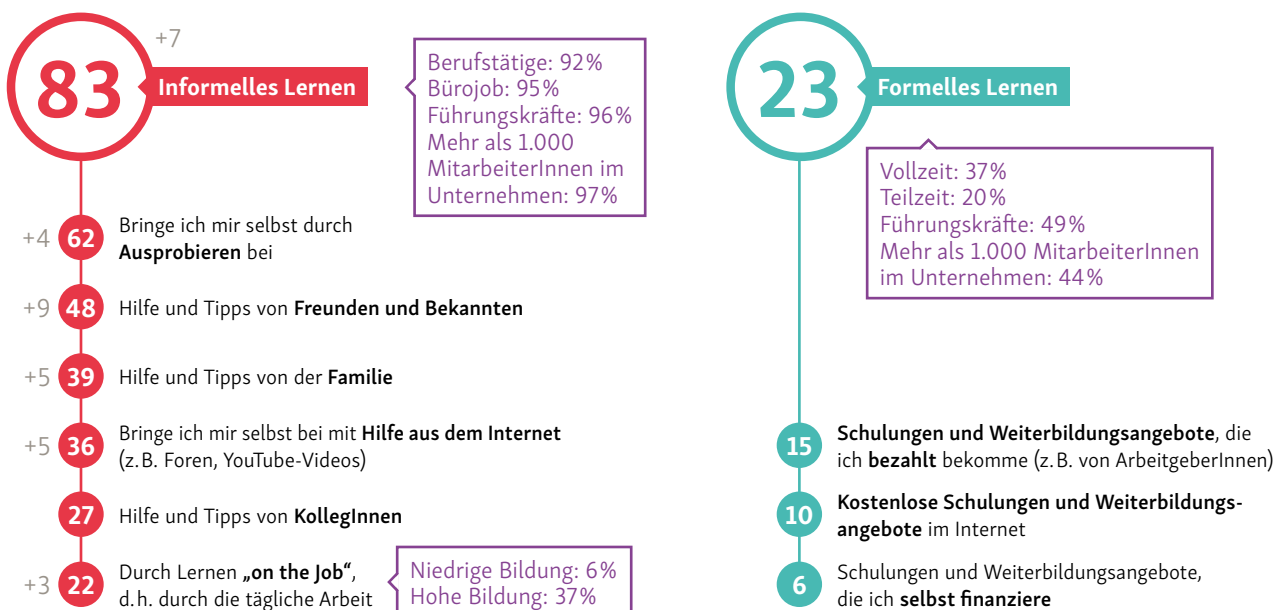
### #PARTNER:INNEN

#### Dr. Marianne Janik

Vorsitzende der Geschäftsführung  
Microsoft Deutschland

Die Bedeutung informellen Lernens wächst erheblich, auch wegen der hohen Innovationsgeschwindigkeiten und neuen Themen, die Menschen bewältigen müssen. Formale Lernstrukturen sind darauf heute schlecht eingestellt, sie können hieraus aber lernen, welche Kanäle und Formate funktionieren und akzeptiert sind. Und wir müssen überlegen, wie wir Investitionen Einzelner in informelles Lernen besser im beruflichen Kontext anerkennen können.

Wie eignen Sie sich neues Wissen im Bereich Computer, Internet und digitale Themen an?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

Aber auch Ratschläge aus dem direkten Umfeld sind relevanter geworden: Die Hälfte der Menschen nimmt Hilfe von Freunden und Bekannten an, gefolgt von Tipps der Familie. Hilfestellung von KollegInnen sowie das Lernen durch die tägliche Arbeit haben einen geringeren Stellenwert, sind aber auch nur für Berufstätige relevant. Insgesamt nehmen all diese Wege zur Wissensaneignung aktuell zu, besonders stark die Hilfe von Freunden und Bekannten.

Formelles Lernen im Sinne von Trainings oder Schulungen kommt nur einer Minderheit zugute, am wichtigsten sind hier durch ArbeitgeberInnen finanzierte Weiterbildungsangebote. Standardisierte und strukturierte Erwachsenenbildung findet nur für wenige statt: Nicht einmal ein Sechstel kann im Rahmen von fremdfinanzierten Weiterbildungsangeboten neues Wissen zum Thema Digitalisierung aufbauen. Zehn Prozent nutzen kostenlose Schulungen, aber nur die wenigsten nehmen Schulungsangebote wahr, die sie selbst finanzieren. Solche standardisierten Trainings zur Verbesserung der digitalen Fertigkeiten sind hauptsächlich für Personen relevant, die im Berufsleben stehen und machen daher insgesamt einen deutlich kleineren Anteil aus.

### Wissensaneignung in der Arbeitswelt

Berufstätige eignen sich in noch höherem Maße als der Bevölkerungsdurchschnitt auf informellem Wege digitales Wissen an. Das gilt insbesondere für Menschen mit einem Bürojob, Führungskräfte sowie Personen, die in großen Unternehmen mit mehr als 1.000 MitarbeiterInnen tätig sind. In diesen Gruppen ergreifen beinahe alle Personen die Eigeninitiative, um sich fortzubilden. Noch größere Unterschiede zur Gesamtbevölkerung zeigen sich jedoch beim formellen Lernen: Jeweils die Hälfte der Bürotätigen sowie Personen mit Führungsverantwortung erlangen durch Schulungsangebote (unabhängig von der Finanzierungsart) neues Digitalwissen, das sind doppelt so viele wie im Bundesdurchschnitt. Dennoch gibt es auch unter den Berufstätigen Ungleichheiten. Während Vollzeitbeschäftigte überdurchschnittlich oft formelle Fortbildungsoptionen in Anspruch nehmen, tun dies MitarbeiterInnen in Teilzeit unterdurchschnittlich häufig. Zum einen profitieren sie weniger als ihre KollegInnen in Vollzeit von bezahlten Schulungen, vor allem aber eignen sie sich nur sehr begrenzt selbst Wissen an (eigenfinanziert oder kostenlos).



### #EXPERT:INNEN

**Dr. Riina Vuorikari**

European Commission, Joint Research Centre

Foto: © Astro Albania

### Wie wichtig ist digitale Kompetenz der BürgerInnen für Europas Zukunft?

Für die nächsten fünf Jahre legt die Europäische Kommission einen besonderen Schwerpunkt auf die digitalen Kompetenzen der BürgerInnen. Ziel ist es, dass 70 Prozent der Erwachsenen zumindest über grundlegende digitale Fähigkeiten verfügen (plus 25 Prozent gegenüber 2019). Dieser Bedarf wird durch einen schnelllebigen Arbeitsmarkt und gesellschaftliche Veränderungen im Allgemeinen angetrieben. Um zu gewährleisten, dass die BürgerInnen selbstbewusst, kritisch und verantwortungsvoll mit digitalen Technologien umgehen und diese nutzen können, brauchen sie ein breites Spektrum digitaler Kompetenzen. Diese sind deshalb sehr wichtig für die Zukunft Europas, aber nur ein Teilbereich der „European Skills Agenda“.

### Warum brauchen wir ein gemeinsames europäisches Verständnis digitaler Kompetenzen?

Angesichts des technologischen Fortschritts brauchen wir ein gemeinsames Verständnis davon, was es bedeutet, digital kompetent zu sein. Dieses hilft den Mitgliedstaaten und Interessengruppen bei der Formulierung politischer Maßnahmen, der Festlegung und Kontrolle von Zielen digitaler Aus- und Weiterbildung.

Auf europäischer und vermehrt auch internationaler Ebene bietet das „Digital Competence Framework for Citizens“ (DigComp) eine gemeinsame Sprache, um zentrale Bereiche zu identifizieren. DigComp beschreibt detailliert 21 Kompetenzen und sieht auch Lernergebnisse und Leistungsniveaus vor. Ein gemeinsames Verständnis ermöglicht den Austausch zwischen den AkteurInnen und hilft ihnen, voneinander zu lernen. Sie werden so mobilisiert, die Herausforderungen im Bereich digitaler Fähigkeiten gemeinsam anzugehen, zum Beispiel in Bereichen wie Schulungsinitiativen zur Verbesserung digitaler Kompetenz bestimmter Zielgruppen, Unterrichtsplanung einschließlich Lehrplanreformen, sowie Bewertung und Zertifizierung.



# OFFENHEIT

## Einstellungen zum Internet und zur digitalen Welt

Die Digitalisierung ist aus dem Alltag der meisten Menschen nicht mehr wegzudenken, unabhängig davon, wie man zu ihr steht und ob man diese Entwicklung eher begrüßt oder ablehnt. Um solche Einstellungsthemen

im Digital-Index zu berücksichtigen, beleuchtet die Indexsäule Offenheit den Standpunkt gegenüber digitalen Entwicklungen, bzw. wie die Menschen deren gesellschaftliche Auswirkungen einschätzen.

Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zur Nutzung digitaler Geräte und des Internets zu?

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



Insgesamt überwiegt die positive Grundstimmung in Bezug auf den Einfluss der Digitalisierung auf das eigene Leben leicht: Gut die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung ist überzeugt, dass sie persönlich von der Digitalisierung profitiert. Entsprechend glaubt auch beinahe die Hälfte der BürgerInnen in Deutschland, dass es für das eigene Leben negative Auswirkungen hätte, wenn es das Internet nicht mehr gäbe. Am härtesten würde eine Welt ohne Internet die jüngeren Generationen unter 40 Jahren bzw. Familien treffen, sowie Besserverdienende und Büroangestellte. Es sind auch vor allem diese Gruppen, die die Möglichkeit der politischen Mitbestimmung bzw. Vernetzung mit Gleichgesinnten mittels Internet besonders wahrnehmen, nämlich zwei von drei Jugendlichen und die Hälfte der Büroangestellten. In der Gesamtbevölkerung liegt der Anteil mit 38 Prozent niedriger. Doch es gibt auch viele Menschen, die ein gewisses Gefühl der Ohnmacht gegenüber dem digitalisierten Alltag spüren. So haben mehr als zwei von fünf BürgerInnen das Gefühl, den Unternehmen, deren digitale Dienste und Anwendungen sie nutzen, nicht vertrauen zu können.

Nicht nur auf den eigenen Alltag hat die Digitalisierung spürbaren Einfluss, sondern auch auf die Gesellschaft als Ganzes. So ist Digitalisierung im beruflichen Umfeld aus Sicht der Menschen mittlerweile unabdingbar, drei Viertel halten Grundkenntnisse der Digitalisierung für eine notwendige Voraussetzung, um auf dem Arbeitsmarkt überhaupt eine Chance zu haben. Diese Einschätzung teilen so gut wie alle gesellschaftlichen Gruppen auf vergleichbar hohem Niveau unabhängig von Alter, Geschlecht, Einkommen etc. Lediglich die älteste Generation und Menschen mit formal niedriger Bildung stimmen etwas weniger zu, aber immer noch zu fast zwei Drittel. Den Schulen wird bei der Vermittlung entsprechender Fähigkeiten keine tragende Rolle zugetraut, gerade einmal ein Drittel der BürgerInnen glaubt, dass SchülerInnen im Umgang mit der Digitalisierung ausreichend für den internationalen Wettbewerb vorbereitet werden. Dieses Vertrauen ist im Vergleich zum Vorjahr sogar noch gesunken. Am ehesten zuversichtlich sind hier die Jugendlichen selbst sowie Personen mit einem höheren Bildungshintergrund. Nicht nur im Bereich der Bildung und des Arbeitsumfeldes, auch für die Demokratie spielt die Digitalisierung eine Rolle, ein Drittel sieht in ihr eine Gefahr für die Demokratie.

Maximal die Hälfte der Bevölkerung möchte die Nutzung von digitalen Geräten und Anwendungen und die eigenen Kompetenzen im Umgang damit intensivieren. Die Hälfte ist an einem Wissensaufbau interessiert, jede bzw. jeder Dritte interessiert sich für neue Trends und Geräte (Tendenz steigend), beinahe ebenso viele würden sich von einer Ärztin bzw. einem Arzt per Videosprechstunde behandeln lassen (das sind acht Prozentpunkte mehr als 2019). Dabei wäre auch mehr als jede bzw. jeder Vierte bereit, sich für solche Interaktionen mit Ärzten und Ärztinnen, Schulen etc. auch selbst mit entsprechender Technologie auszurüsten. Die Befürworter dieser Aspekte zeigen ein vergleichbares Muster: mehr Männer, eher jünger, besser gebildet und finanziell gut situiert.

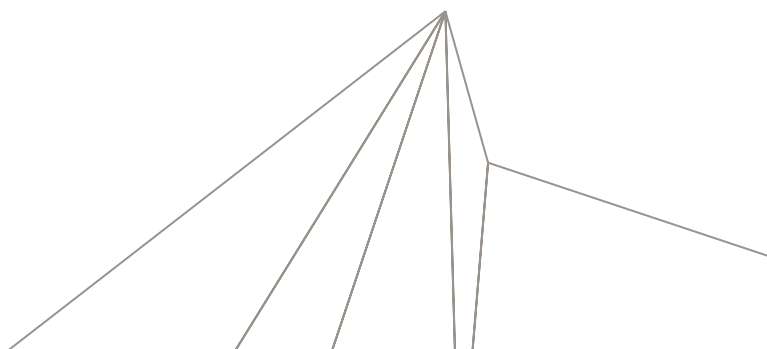
Die Kehrseite der vielen digitalen Möglichkeiten heutzutage ist aus Sicht einiger Befragter die Tendenz zur Abhängigkeit von digitalen Medien, Möglichkeiten und Kommunikationsmitteln. Immerhin ein Viertel der OnlinerInnen möchte künftig gerne häufiger bewusst offline sein.

#### #PARTNER:INNEN

##### Mathias Oberndörfer

Bereichsvorstand Öffentlicher Sektor KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Schulen mussten eine „fast track Digitalisierung“ wählen, um den Unterricht aufrechtzuerhalten. Dabei haben alle festgestellt, dass die Grenzen zwischen dem Arbeits- und dem Privatleben durchlässig werden. Diese Erfahrung kennen alle ArbeitnehmerInnen im Homeoffice. „Digital Detox“ bedeutet, dass Regelungen definiert und umgesetzt werden müssen, die es erlauben, (digitale) Arbeitsbelastung zu reduzieren und Erholungszeiten zu bewahren.



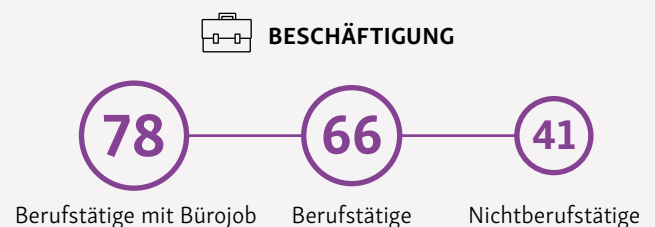
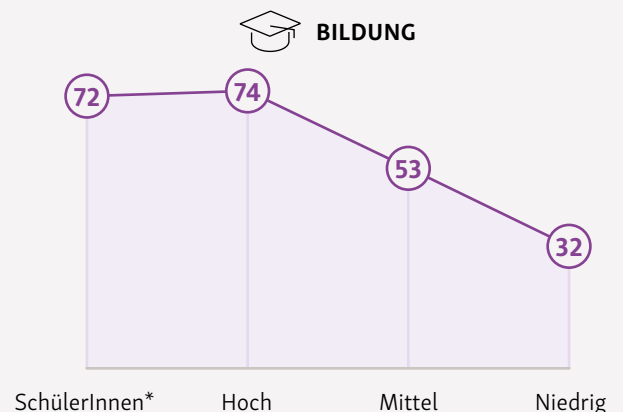
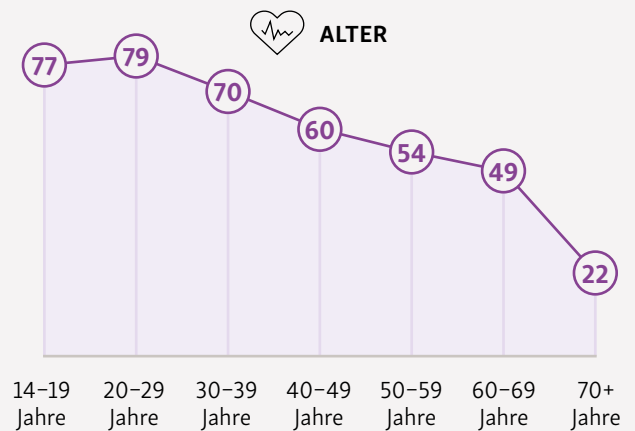
## Wer profitiert am meisten von der Digitalisierung und wer verspürt die größte Ermüdung?

Über die Hälfte der BürgerInnen glaubt, persönlich zu den GewinnerInnen der Digitalisierung zu gehören. Andererseits denkt fast ein Viertel, dass er oder sie persönlich nicht von ihr profitiert. Wie bei den meisten Aspekten rund um die Digitalisierung spielt das Alter eine zentrale Rolle, ob man sich eher zu der einen oder der anderen Gruppe zählt. Bis zu einem Alter von unter 60 Jahren sieht die Mehrheit für sich einen Nutzen in der Digitalisierung, ab 60 kippt dieses Verhältnis und von den über 70-Jährigen profitiert aus eigener Sicht nur noch ein Viertel. Männer profitieren nach eigenen Angaben häufiger als Frauen und BewohnerInnen der Großstadt häufiger als BewohnerInnen des ländlichen Raums. Groß ist auch der Zusammenhang zwischen dem Niveau der formalen Bildung und dem Gefühl, von der Digitalisierung insgesamt zu profitieren oder nicht. Nur ein Drittel der Menschen mit einer formal niedrigen Bildung zählt sich selbst zu den GewinnerInnen, unter den hoch Gebildeten sind es drei Viertel. Zudem gilt: Für die überwiegende Mehrheit der Berufstätigen stellt die Digitalisierung eine Bereicherung dar, jedoch nur für 41 Prozent der Menschen ohne Beschäftigung.

Das Internet schläft nicht und ein wachsender Teil der OnlinerInnen findet es normal, rund um die Uhr online und erreichbar zu sein. Dieser permanente Griff zum Smartphone und die Summe der online verbrachten Zeit wecken bei einigen den Wunsch nach mehr Distanz und bewussten Auszeiten. Das Bedürfnis nach mehr Abstand herrscht zwar nur bei einer Minderheit in Deutschland vor, dennoch möchte ein Viertel der Befragten gerne öfter bewusst auf das Internet verzichten. Auch hier spielt das Alter eine Rolle, so ist der Wunsch bei den unter 30-Jährigen drei Mal so hoch wie bei Menschen über 65. Innerhalb der digital aktiveren Gruppen wie SchülerInnen, hoch Gebildeten oder GroßstadtbewohnerInnen möchte gerne ein Drittel häufiger offline sein, und tendenziell mehr Frauen als Männer. Zudem ist in Mehrpersonenhaushalten „Digital Detox“ deutlich attraktiver als bei alleinstehenden Personen, die für ihre Kommunikation in den eigenen vier Wänden generell auf technische Hilfsmittel (Smartphone, Telefon, Computer etc.) angewiesen sind.

Ich glaube, dass ich persönlich insgesamt von der Digitalisierung profitiere.

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



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent;

\*Achtung: geringe Fallzahl

**#D21-FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG****Digitale Kompetenzen sind entscheidendes Rüstzeug für die digitale Transformation.**

Das Leben der BürgerInnen und die Gesellschaft als solche werden immer digitaler. Die Corona-Pandemie führte zusätzlich dazu, dass sich viele alltägliche Aktivitäten stärker denn je in den digitalen Raum verschoben, ob Kultur, Bildung, Kommunikation, Unterhaltung oder Einkaufen. Immer mehr Angebote davon sind nur auf digitalem Weg erreichbar und damit OfflinerInnen vorenthalten. Besonders stark nahmen die Nutzungshäufigkeit und -dauer digitaler Angebote zu: Streaming-Dienste, Instant-Messaging und soziale Medien, aber auch digitale Lernangebote verbuchten große Zuwächse. Die Menschen sind stärker (digital) vernetzt und im Austausch als jemals zuvor. Das Angebot an Plattformen, sozialen Medien bzw. Messengern wird diverser und damit auch unübersichtlicher.

Während die Nutzung deutlich steigt, bewegt sich die Kompetenz im Umgang mit digitaler Technik und Medien auf ähnlichem Niveau wie in den Vorjahren. Ohne Vorerfahrungen und grundlegendes Verständnis der Funktionsweise ist es schwer, Inhalte und Angebote einzuschätzen. Der Umgang mit digitalen Medien und Anwendungen sollte jedoch nicht unreflektiert geschehen, denn neben den positiven Effekten für die gesellschaftliche Teilhabe sollten auch die verbundenen Risiken im Blick bleiben.

Die Reichweite und Geschwindigkeit, mit der Informationen und Nachrichten die Menschen erreichen, ist größer denn je. Das Risiko, dabei auch Fehlinformationen zu erhalten und zu teilen, wächst und wird durch verschiedene Faktoren noch weiter begünstigt. So ist unsere Zeit durch große Unsicherheiten und zunehmend komplexere Herausforderungen geprägt. Diese machen es schwerer, seriöse von unseriösen Nachrichten zu unterscheiden.

Insbesondere mit Blick auf das Wahljahr 2021 wachsen die Herausforderungen: Seriöse Berichterstattung, Aufklärung und reflektiertes Handeln aller BürgerInnen sind die Mittel, um einer „Infodemie“ entgegenzuwirken. Dabei tragen alle die Verantwortung, Quellen und Nachrichteninhalte kritisch zu hinterfragen und im Zweifelsfall lieber eine Quelle mehr als zu wenig heranzuziehen, bevor man Informationen weiterverbreitet.

Die schnelle Digitalisierung aller Lebensbereiche ist für alle ein stetiger und herausfordernder Lernprozess. Ein zunehmend souveräner und somit selbstbestimmter Umgang und die Reflexion über gesellschaftliche Auswirkungen sind wertvolles Rüstzeug für eine Digitale Gesellschaft.

## 02

# DIGITALE GESELLSCHAFT

Die Ergebnisse des D21-Digital-Index zeigen seit Jahren, dass die Voraussetzungen für die Teilhabe an der zunehmend digitalisierten Welt ungleich verteilt sind. Wie sich die BürgerInnen in der digitalen Welt bewegen, hängt dabei von einem komplexen Zusammenspiel unterschiedlicher soziodemografischer Merkmale ab. So erlaubt allein der Blick auf einzelne Merkmale wie Alter oder Bildung noch keine Vorhersage darüber, ob sich Personen eher progressiv oder konservativ in der Digitalisierung bewegen. Zwar tragen diese Merkmale in entscheidendem Maße zum „Können“ und „Wollen“ bei, wodurch sich verschiedene Nutzungstypen voneinander abgrenzen. Darüber hinaus spielen jedoch die aktuellen Lebensumstände sowie generelle Werte und Grundeinstellungen eine zentrale Rolle dabei, wie Menschen mit dem Thema Digitalisierung umgehen. Diese Faktoren zeigen sich als gemeinsame Muster bei der Typenbeschreibung: Welche Merkmale verbinden beispielsweise Menschen, die sich besonders vorsichtig im Internet bewegen? Was haben diejenigen gemein, die Technik souverän für ihre Zwecke nutzen, aber im Privaten nicht über das Notwendige hinaus einsetzen möchten? Was verbindet Menschen, die technische Neuerungen als erste ausprobieren? Diese und mehr Fragen beantwortet das Kapitel „Digitale Gesellschaft“.

**#EXPERT:INNEN****Andreas Pohle**Chief Marketing & Transformation Officer,  
Kantar GmbH

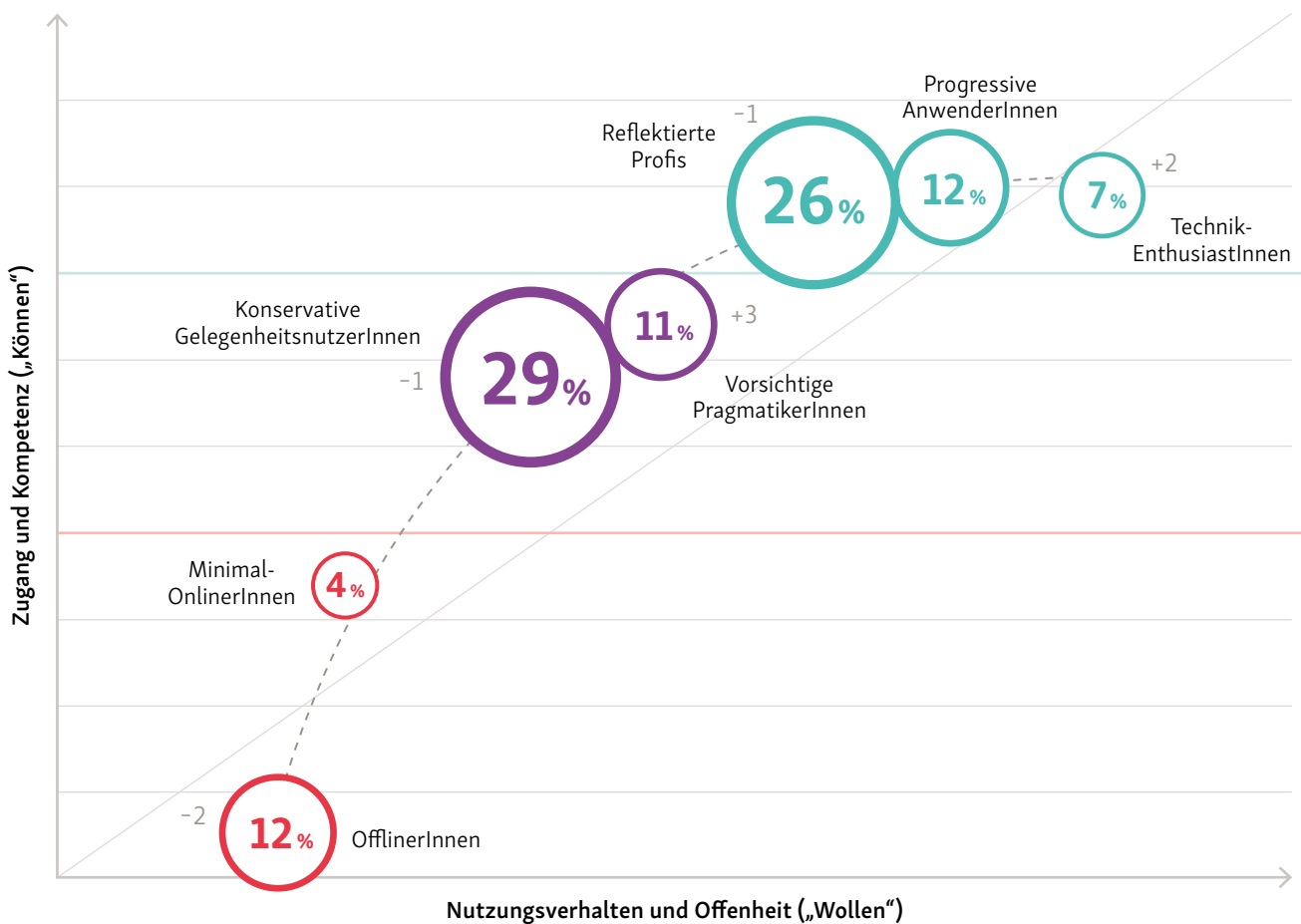
Der Mensch ist ein Individuum – und noch nie wurde darauf seitens der Unternehmen so individuell eingegangen. Gab es vor wenigen Jahrzehnten noch ein Auto für alle, bekommt heute jeder Nutzertyp sein Modell. Doch das verlangt enormes Wissen über die unterschiedlichen Kundenpräferenzen. Ansonsten wird am Kunden vorbei produziert. Gleiches gilt für unsere (digitale) Gesellschaft. Auch hier sind nicht alle gleich – aber manche sind gleicher. Unsere Nutzertypen beschreiben Gruppen von Menschen mit vergleichbaren Verhaltensmustern, Einstellungen oder Bedürfnissen in der digitalen Welt. Mit diesem Wissen können Politik und Wirtschaft digitale Leistungen gezielt auf die unterschiedlichen Nutzertypen abstimmen.

## Zusammensetzung der Digitalen Gesellschaft

Zur Beantwortung der Frage: „Wie digital ist Deutschland?“ ist mehr nötig als ein Blick auf den Gesamt-Index oder den deutschen Durchschnittswert für einzelne Aspekte. Die vorliegende Studie berücksichtigt die deutschsprachige Bevölkerung in ihrer Vielfalt und unterscheidet deshalb drei Hauptgruppen in Hinsicht auf ihren Digitalisierungsgrad. Dieser wird auf der einen Seite determiniert durch spezifische Zugangsmöglichkeiten und Kompetenzen („Können“) und auf der anderen Seite durch ein charakteristisches digitales Nutzungsverhalten sowie die zugrundeliegende Offenheit bzw. Einstellung („Wollen“)

(Ausführliche Informationen zum Digitalisierungsgrad finden Sie im Kapitel 01 Digital-Index). Jede dieser Hauptgruppen umfasst einen Index-Werte-Bereich auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten: Den Bereich der Digital Abseitsstehenden (Menschen mit Indexwerten bis 40 Punkte, wenig Berührungspunkten mit dem Netz), die Digital Mithaltenden (Indexwerte von 41 bis 70 Punkten, zurückhaltend bis neutral in Bezug auf digitale Möglichkeiten) und die Digitalen VorreiterInnen (über 70 Punkte, vielfältiges Nutzungsverhalten, hohe Kompetenz, starkes Interesse an neuen Technologien).

### Anteile der Nutzertypen



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Abweichungen in Prozentpunkten



## #PARTNER:INNEN

**Dr. Olaf Tidelski**

Chief Customer Officer, Allianz Deutschland AG

Corona hat unser Leben auf den Kopf gestellt: Neben fundamentalen Herausforderungen bei Gesundheit und Wirtschaft machte die Pandemie die Gesellschaft aber zugleich digitaler. Gerade die „digitale Mittelschicht“ ist gewachsen – mit Menschen, die in der „neuen Normalität“ die Chancen der Digitalisierung begreifen und aktiv für sich gestalten. Doch es bleibt viel zu tun: 16 Prozent stehen weiter im digitalen Abseits und auch ein „zu viel“ an digitalen Möglichkeiten stellt uns vor Herausforderungen. Die Allianz hat diese Vielfalt verstanden: Gerade jetzt ist die Ausrichtung auf die Menschen und ihre jeweiligen Bedürfnisse elementar. Unsere Leitlinie ist das perfekte Zusammenspiel von persönlich UND digital.

## ← Digitale VorreiterInnen\*

**44 %**

## ← Digital Mithaltende

**40 %<sup>+2</sup>**

## ← Digital Abseitsstehende

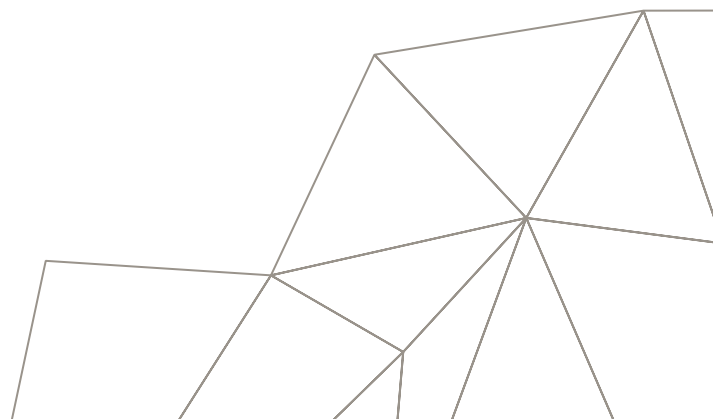
**16 %<sup>-2</sup>**

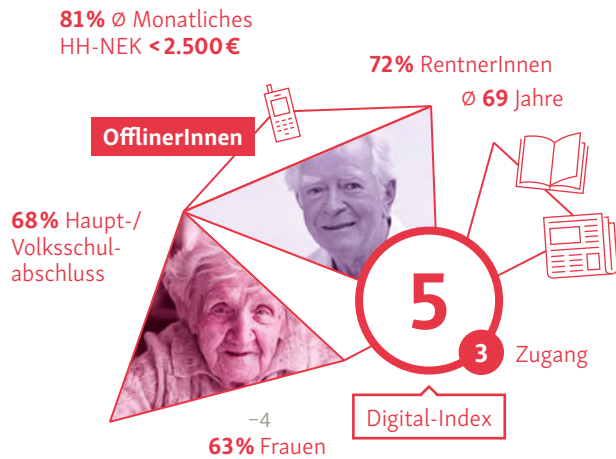
Innerhalb dieser drei Bereiche lassen sich sieben einzelne, charakteristische Nutzertypen verorten. OfflinerInnen mit einem Indexwert von fünf Punkten leben vollständig analog und Minimal-OnlinerInnen setzen nur im Mindestmaß auf digitale Möglichkeiten. In beiden Gruppen sind die älteren Jahrgänge zu finden, die die Notwendigkeit der digitalen Welt für sich (wenn überhaupt) nur eingeschränkt sehen und ihr gegenüber entsprechend wenig aufgeschlossen sind.

Das andere Ende der Digitalisierungs-Skala bestimmen die drei Gruppen: Reflektierte Profis, Progressive AnwenderInnen und Technik-EnthusiastInnen mit den höchsten Indexwerten. Gemeinsamkeiten sind die sehr hohe digitale Kompetenz, ein vergleichsweise junges Durchschnittsalter (zwischen 35 und 42 Jahren), eine überdurchschnittlich umfangreiche Gerätenutzung sowie ein vielfältiger Einsatz sozialer Medien. Während Progressive AnwenderInnen mit Leichtigkeit auf Digitales zugehen und sich spielerisch vernetzen, sind Technik-EnthusiastInnen in allen Lebensbereichen rundum online, privat und beruflich. Reflektierte Profis bewegen sich etwas zurückhaltender und vorsichtiger, sind grundsätzlich jedoch sehr aufgeschlossen.

Zwischen den Digital Abseitsstehenden und den Digitalen VorreiterInnen finden sich die Digital Mithaltenden. Dazu zählen die Konservativen GelegenheitsnutzerInnen, die digitale Technik unterdurchschnittlich häufig und ganz gezielt für private Zwecke nutzen, z. B. per WhatsApp Nachrichten schreiben, in Suchmaschinen recherchieren oder mit dem Smartphone Fotos machen und versenden. Außerdem gehören in diesen Bereich die Vorsichtigen PragmatikerInnen, die den Nutzen einer digitalen Welt einerseits für sich entdeckt haben, andererseits aber auch Befürchtungen bezüglich Überwachung oder Sicherheit in sich tragen. In beiden Gruppen sind schwerpunktmäßig Menschen mittleren Alters.

\*Die Summe der einzelnen Prozentwerte weicht aufgrund von Rundungen von der Gesamtsumme ab.



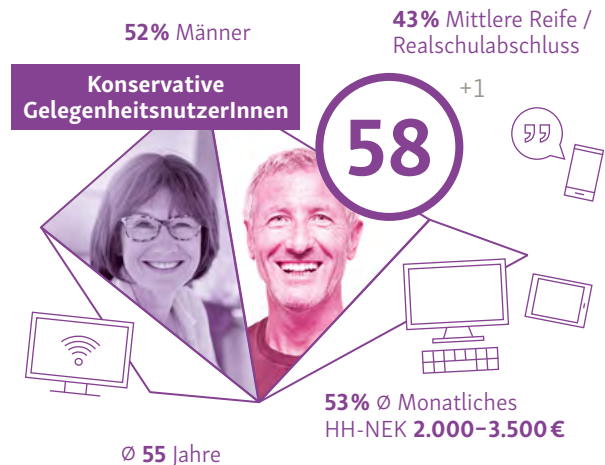
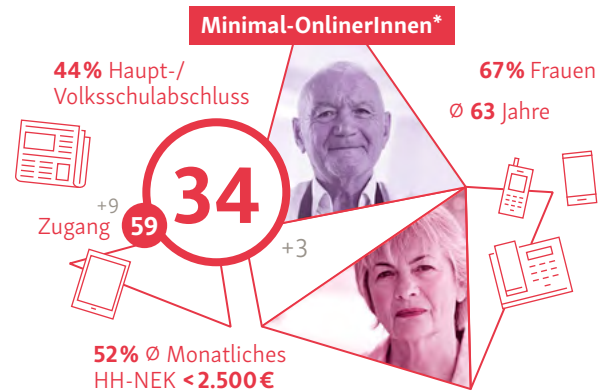


### „Die digitale Welt betrifft mich nicht.“

OfflinerInnen befinden sich mehrheitlich im Rentenalter und besitzen eine niedrige formale Bildung. Knapp zwei Drittel von ihnen sind Frauen, entweder alleinstehend oder aus Zwei-Personen-Haushalten. Digitale Geräte verwenden sie kaum, am häufigsten verbreitet ist das einfache Handy. Die Mehrheit der OfflinerInnen hat kein Interesse am Leben mit digitalen Medien. Auch während Corona fühlten sich nur wenige aufgrund nicht vorhandener digitaler Möglichkeiten abgeschnitten (sieben Prozent). Gleichzeitig ist knapp die Hälfte der Auffassung, dass man Grundkenntnisse zum Thema Digitalisierung benötigt, um künftige Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu haben.

### „Online sein heißt für mich googeln.“

Minimal-OnlinerInnen sind im Durchschnitt 63 Jahre alt und mehrheitlich weiblich. Der Anteil an Menschen mit niedriger formaler Bildung liegt weit über dem Bundesdurchschnitt. Fast die Hälfte besitzt ein Smartphone oder Tablet, doch die mobile Internetnutzung liegt bei lediglich einem Drittel. Digitale Kompetenzen sind gering ausgeprägt: Zwar recherchiert etwa die Hälfte im Internet und weiß, dass Daten von App-Anbietern weitergegeben werden, aber nur 19 Prozent können mit dem Smartphone Fotos machen und verschicken. Außer Internetrecherchen nutzen sie keine Anwendung regelmäßig. Minimal-OnlinerInnen glauben nicht daran, persönlich von der Digitalisierung zu profitieren und nur die wenigsten sind an digitalem Wissensausbau interessiert.

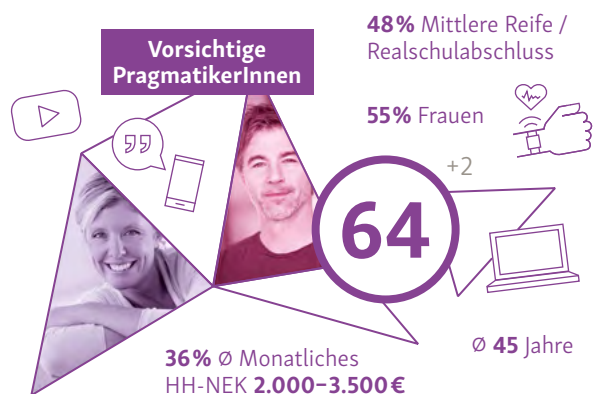


### „Ich nutze das Internet gezielt für private Zwecke.“

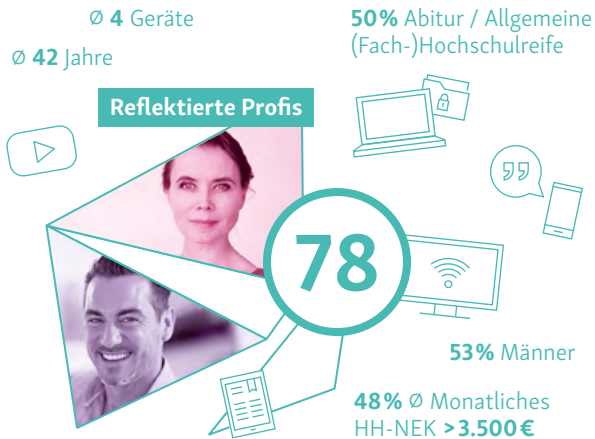
Konservative GelegenheitsnutzerInnen sind Mitte 50 und haben ein mittleres Bildungs- und Einkommensniveau, nur sehr wenige gehen einer Bütätigkeit nach. Bis auf unterhaltungsorientierte Geräte wie Sprachassistenten oder Spielekonsolen nutzen sie die meisten Geräte durchschnittlich und überwiegend privat. Digitale Dienste hingegen nutzen sie deutlich unterdurchschnittlich, lediglich Suchmaschinen und Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp gehören bei etwa der Hälfte zum Alltag. Gut ausgeprägte Kompetenzen erreichen sie bei Internetrecherchen sowie Sicherheitsthemen wie Datenweitergabe oder Antivirensoftware. Nur etwa vier von zehn Konservativen GelegenheitsnutzerInnen glauben, persönlich von der Digitalisierung zu profitieren.

### „Digitalisierung ist nützlich, aber birgt auch Gefahren.“

Vorsichtige PragmatikerInnen sind im Schnitt 45 Jahre alt, mehrheitlich weiblich und stehen im Berufsleben. Sie verwenden pragmatisch einsetzbare digitale Geräte wie Smartphone, Laptop oder Tablet. Ihre Kompetenzen bei der Internetnutzung haben teilweise deutlich gegenüber dem Vorjahr zugenommen und sind höher ausgeprägt als bei den Konservativen GelegenheitsnutzerInnen. Vorsichtige PragmatikerInnen interessieren sich nur in geringem Maß für neue Technologien und Wissensausbau. Sie sind eher skeptisch gegenüber Unternehmen, deren Dienste sie nutzen und sehen überdurchschnittlich oft eine Gefährdung der Demokratie durch Digitalisierung. 41 Prozent und damit doppelt so viele wie im Durchschnitt, reflektieren ihren Internetkonsum kritisch und planen mehr „Digital Detox“.





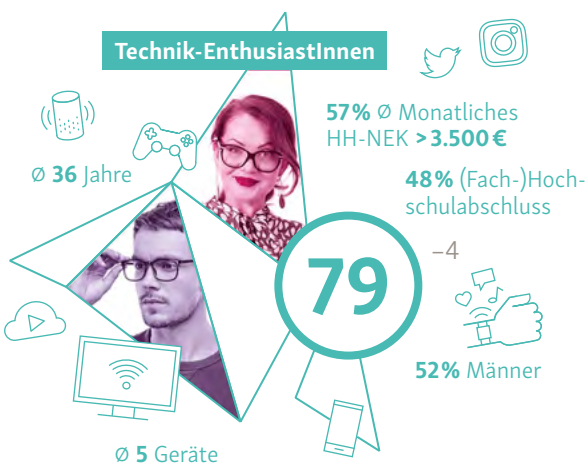
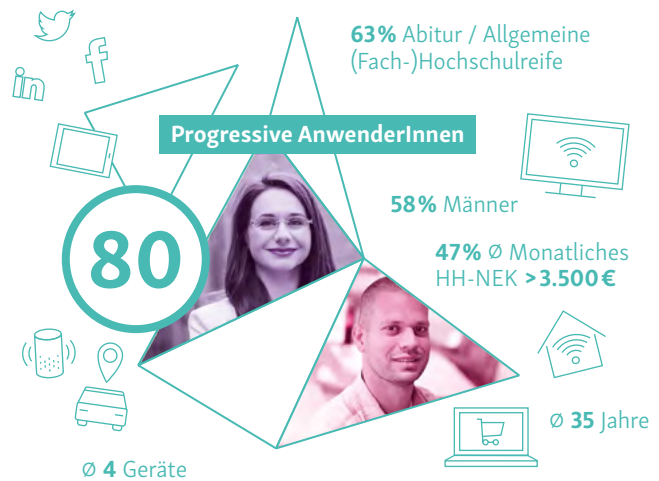


### „Ich bin offen für digitale Wege.“

Mit durchschnittlich 42 Jahren sind die Reflektierten Profis die ältesten Digitalen VorreiterInnen. Sie nutzen häufig digitale Geräte, insbesondere Smartphones, Tablets, Smart-TV und Wearables. Alle digitalen Möglichkeiten und Anwendungen werden überdurchschnittlich oft genutzt, jedoch seltener als von den beiden anderen Digitalen VorreiterInnengruppen. Auch soziale Medien sind für sie relevant, besonders YouTube und WhatsApp. Reflektierte Profis zeichnen sich neben ihrer überdurchschnittlichen digitalen Kompetenz (gerade bei Sicherheitsaspekten) vor allem durch sehr große Offenheit aus. Sie sind in erster Linie daran interessiert, ihr Wissen im Digitalen auszubauen und sehen dieses Wissen als notwendig an, um Chancen am Arbeitsmarkt zu haben. 91 Prozent empfinden die Digitalisierung für sich als Gewinn (Höchstwert aller Gruppen). Über die Hälfte wünscht sich künftig mehr digitale Möglichkeiten im Gesundheitsbereich.

### „Ich bin digital vernetzt.“

Progressive AnwenderInnen sind eher männlich und mit durchschnittlich 35 Jahren die jüngste Gruppe. Sie besitzen ein hohes Bildungsniveau, verdienen gut und leben urban. Charakteristisch ist eine sehr hohe Nutzung aller technischen Geräte, dabei liegt ihr Schwerpunkt eher auf Spielekonsolen als auf Gadgets wie Wearables. Sie nutzen besonders häufig On-Demand- oder Streaming-Dienste, gefolgt von Online-Bezahlmöglichkeiten, Sprachassistenten und Computerspielen. Die Progressiven AnwenderInnen sind die kompetenteste Gruppe, bis auf Video-Konferenzen und Smartphone-Anwendungen sind sie bei allen betrachteten Kompetenzen auf Augenhöhe mit den Technik-EnthusiastInnen oder sogar leicht besser. Sie haben die höchsten Programmierkenntnisse (32 Prozent). Progressive AnwenderInnen sind grundsätzlich offen und 85 Prozent von ihnen sehen in der Digitalisierung einen persönlichen Gewinn. Ein zentraler Fokus ist dabei das digitale Vernetzen mit anderen. Dazu nutzen sie die klassischen Medien WhatsApp, YouTube, Facebook und Instagram, aber auch Pinterest, Twitter oder TikTok (Höchstwerte aller Gruppen).



### „Ich kenne mich aus und bin 360 Grad digital.“

Technik-EnthusiastInnen sind jung, leben in Großstädten und sind Vollzeit erwerbstätig mit überwiegend hoher Bildung und hohem Einkommen. Sie besitzen im Schnitt fünf technische Geräte, 29 Prozent sogar sechs Geräte und mehr. Spitzenwerte erzielen sie bei der Nutzung von Smart-TVs (71 Prozent), Wearables (41 Prozent) sowie Digitalen Assistenten (31 Prozent). Technik-EnthusiastInnen haben die häufigste Nutzung sowie das breiteste Nutzungsspektrum digitaler Anwendungen von Instant-Messaging über On-Demand, Online-Shopping, bis hin zu Fitnessanwendungen und im beruflichen Bereich Video-Konferenzen oder digitalen Lernangeboten. Neben großer Offenheit besitzen sie vielfältige digitale Kompetenzen. Sie richten Videokonferenzen ein, stellen sich digitale Angebote für ihren Bedarf zusammen, helfen anderen bei Fragen und können zu 30 Prozent selbst programmieren.

HH-NEK = Haushalts-Nettoeinkommen

Basis: Nutztypen „OfflinerInnen“ (n=263); „Minimal-OnlinerInnen“ (n=81); „Konservative GelegenheitsnutzerInnen“ (n=607); „Vorsichtige PragmatikerInnen“ (n=243); „Reflektierte Profis“ (n=516); „Progressive AnwenderInnen“ (n=208); „Technik-EnthusiastInnen“ (n=120); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100; \*Achtung: geringe Fallzahl

# Digitalisierungsgrad soziodemografischer Gruppen

Indexwert

Obwohl die Index-Werte der betrachteten Gruppen nach wie vor auf völlig unterschiedlichen Niveaus liegen, sind sie im Vergleich zum Vorjahr dennoch fast alle (erneut) angestiegen. Der Geschlechterunterschied verringert sich: Frauen verbessern sich stärker als die digitalaffineren Männer. Deutlichen Zuwachs verzeichnen Personen aus Single-Haushalten, dafür zeigt sich ein wachsendes Stadt-Land-Gefälle. Zwischen den Altersgruppen bleibt die digitale Spaltung weiterhin bestehen: Mit zunehmendem Alter sinkt der Digitalisierungsgrad. Digital abseitsstehend sind Menschen ab 65 Jahren. Bildung bzw. Einkommen und digitale Souveränität stehen in positivem Zusammenhang: Je höher die formale Bildung / das Einkommen, desto höher der Digitalisierungsgrad.



## #PARTNER:INNEN

**Staatsministerin Judith Gerlach, MdB**  
Bayerisches Staatsministerium für Digitales

Die Digitalisierung betrifft uns alle und verändert unseren Alltag, die Art zu arbeiten und das gesellschaftliche Miteinander. Sie schafft Innovation, fordert uns aber auch vielfach heraus. Damit Digitalisierung glückt, müssen wir alle Menschen gleichermaßen mitnehmen – egal ob jung oder alt, ob mit Handicap oder ohne. Wir müssen Chancen der digitalen Transformation lebendig vermitteln und Berührungspunkte abbauen. Wir entwickeln deshalb in Bayern digitale Modellprojekte für verschiedene Bevölkerungsgruppen:

- Mit BayFiD haben wir ein Talentprogramm für junge Frauen in Digitalberufen gestartet.
- Um Jugendliche für Coding zu begeistern starten wir mit „BayCode“ ein bayernweites Programm für junge Menschen.
- Die ganze Breite des bayerischen Ehrenamts erreichen wir durch eine „Initiative Digital Verein(t) in Bayern“ mit Hunderten Digitalworkshops für Aktive im Ehrenamt.



## NUTZERTYPEN

|       |                                      |
|-------|--------------------------------------|
| 5     | OfflinerInnen                        |
| 34 +3 | Minimal-OnlinerInnen                 |
| 58    | Konservative GelegenheitsnutzerInnen |
| 64    | Vorsichtige PragmatikerInnen         |
| 78    | Reflektierte Profis                  |
| 80    | Progressive AnwenderInnen            |
| 79 -4 | Technik-EnthusiastInnen              |



## ALTER

|    |             |
|----|-------------|
| 73 | 14–29 Jahre |
| 70 | 30–49 Jahre |
| 61 | 50–64 Jahre |
| 36 | 65+ Jahre   |



## GESCHLECHT

|       |        |
|-------|--------|
| 57 +3 | Frauen |
| 64    | Männer |



## BESCHÄFTIGUNG

|    |  |
|----|--|
| 48 | Nichtberufstätige                      |
| 69 | Berufstätige                           |
| 75 | Berufstätige mit Schreibtisch-/Bürojob |



## BILDUNG

|    |                  |
|----|------------------|
| 42 | Niedrige Bildung |
| 62 | Mittlere Bildung |
| 71 | Hohe Bildung     |



## HAUSHALTSGRÖSSE

|       |                     |
|-------|---------------------|
| 53 +5 | 1 Person            |
| 55    | 2 Personen          |
| 69    | 3 Personen          |
| 71    | 4 Personen und mehr |



## HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN (ab 18 Jahren)

|       |                            |
|-------|----------------------------|
| 49 +3 | Unter 1.000 Euro           |
| 45 +3 | 1.000 bis unter 2.000 Euro |
| 57    | 2.000 bis unter 3.000 Euro |
| 69    | 3.000 Euro und mehr        |



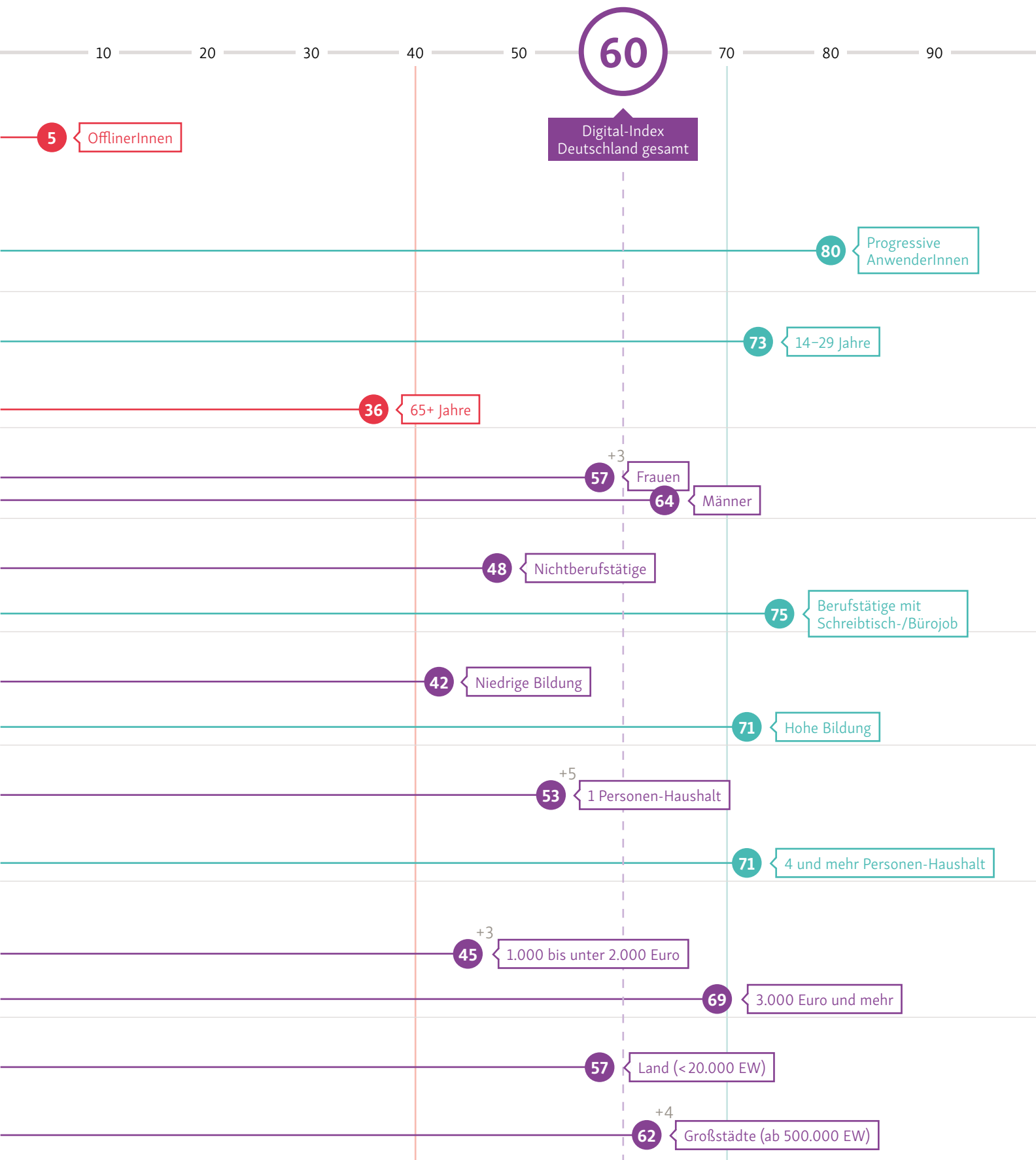
## EINWOHNERZAHL

|       |                                     |
|-------|-------------------------------------|
| 57    | Land (<20.000 EW)                   |
| 60 +3 | Kleine Städte (bis 100.000 EW)      |
| 60    | Mittelgroße Städte (bis 500.000 EW) |
| 62 +4 | Großstädte (ab 500.000 EW)          |

## Digital Abseitsstehende

## Digital Mithaltende

## Digitale VorreiterInnen



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100

**#D21-FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG****Digital Abseitsstehende brauchen Unterstützung bei ersten Schritten in die digitale Welt.**

Der D21-Digital-Index zeigt die Heterogenität der Digitalen Gesellschaft: Anhand verschiedener soziodemografischer Merkmale lassen sich starke Unterschiede im Digitalisierungsgrad beobachten, die eine digitale Spaltung verdeutlichen. Den größten Einfluss haben dabei das Alter und der Bildungsgrad. Es zeigt sich in allen betrachteten Bereichen das gleiche Bild: Je jünger, aber auch je höher gebildet, desto höher ist auch der Index-Wert und damit der Digitalisierungsgrad. Kommen multiple Spaltungsmerkmale zusammen, sind die Unterschiede noch schwerwiegender. So zeigt die Studie auch, dass diese Gruppen auch öfter das Gefühl haben, persönlich von der Digitalisierung zu profitieren.

Die digitale Gesellschaft lässt sich in die drei übergeordneten Gruppen der Digital Abseitsstehenden, Digital Mithaltenden und Digitalen VorreiterInnen einteilen. Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass die Anteile der digitalaffineren Gruppen wachsen, während die Digital Abseitsstehenden weniger werden. Das bedeutet, dass sich immer mehr BürgerInnen selbstbestimmt in der digitalen Welt bewegen. Doch weiterhin stehen auch 16 Prozent der Bevölkerung im digitalen Abseits und können nicht, oder nur in sehr geringem Umfang, an der digitalen Welt partizipieren. Wie das Kapitel Digital-Index zeigt, wächst unter den OfflinerInnen das Interesse an der digitalen Welt und immer mehr suchen nach Angeboten, um erste Schritte zu machen. Vor allem Messenger und soziale Medien sind für viele der erste und niederschwellige Zugang in die digitale Welt, der direkten Austausch mit Familie und Bekannten bietet.

Klar ist: Niemand sollte gegen seinen Willen gezwungen werden, sich an der digitalen Welt zu beteiligen. Problematisch wird es dann, wenn spürbare Nachteile entstehen. Dies ließ sich im letzten Jahr bereits beobachten, da sich Diskussionen und Kommunikation zunehmend ins Digitale verlagerten und man ohne Zugang dazu nicht an dieser Welt teilhaben konnte. Die Gesellschaft sollte diejenigen bei den ersten Schritten in die Digitalisierung unterstützen, die (Start-)Hilfe möchten. Politik, Vereine, aber auch Wirtschaft sind hier gefragt, niederschwellige und konkrete Angebote zu schaffen bzw. auszubauen. Daher sind Initiativen wie „Wege aus der Einsamkeit“, SeniorInnen-Computerclubs und andere Programme wertvoll, bei denen erfahrene InternetlotsInnen EinsteigerInnen an die Hand nehmen und begleiten.

# 03

## DIGITALES ARBEITEN

Die (digitale) Arbeitswelt befindet sich in einem rasanten Wandel und für viele Menschen verändert sich damit auch ein bedeutender Teil des Alltags. Die Digitalisierung verändert nicht nur Industrie, Produktion, Handel oder Arbeitsprozesse, sie beeinflusst auch die Art wie, wann und wo wir arbeiten. Das erleben in Form von mobilem Arbeiten und Homeoffice gegenwärtig besonders Menschen mit Bürotätigkeiten. Auch hier beschleunigte die Corona-Krise die Entwicklung spürbar bzw. stieß sie in vielen Firmen und Organisationen erstmalig in größerem Umfang an. Da die Digitalisierung vom Privaten ins Berufliche und umgekehrt wirkt, misst der D21-Digital-Index seit Jahren auch die Entwicklungen im beruflichen Umfeld. Die Erhebung soll helfen, Anforderungen, Wünsche und Hindernisse beim beruflichen Einsatz der Digitalisierung aufzudecken und zu bewerten und damit den Wandel positiv und fair zu gestalten.

### #PARTNER:INNEN

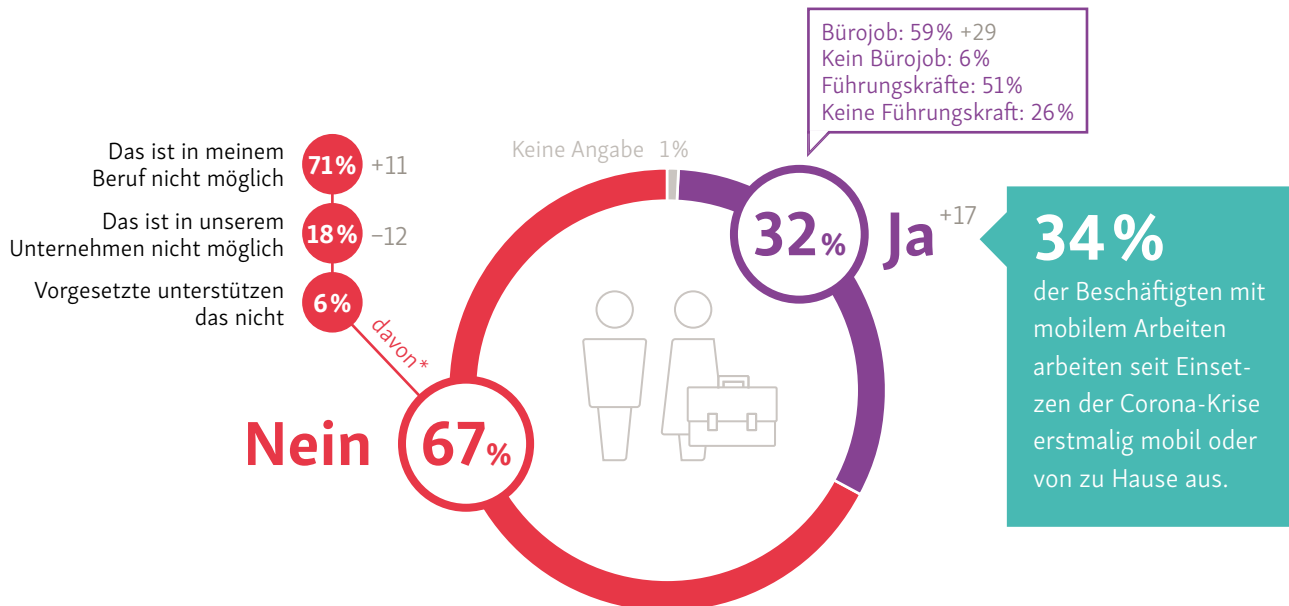
#### David von Thienen

Teamleader Employer Benefit Solutions,  
CHG-MERIDIAN AG

ArbeitnehmerInnen erwarten, mobil so gut arbeiten zu können wie im Office. Ein digitaler Arbeitsplatz besteht jedoch nicht nur aus IT-Geräten, sondern auch aus Kollaborations-Tools, welche einen schnellen und effizienten Informationsaustausch rund um den Globus gewährleisten. Dabei steht und fällt die erfolgreiche Implementierung eines Digital Workplace mit den Usern – deren Anforderungen, Akzeptanz und digitaler Kompetenz.

## Mobiles Arbeiten, Telearbeit und Homeoffice

Nutzen Sie bei Ihrer derzeitigen Tätigkeit zumindest teilweise Telearbeit, Homeoffice oder mobiles Arbeiten?



Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=1.154); Abweichungen in Prozentpunkten; \* Mehrfachnennungen möglich

### Verdopplung bei mobilem Arbeiten

Ein Drittel der ArbeitnehmerInnen arbeitet 2020 von zu Hause oder unterwegs aus. Im Corona-Jahr 2020 kommt erstmals merklich Bewegung in die Nutzung des mobilen Arbeitens. Mit einem Anstieg um 17 Prozentpunkte im Vergleich zu 2019 liegt der Anteil an Beschäftigten, die dies zumindest zeitweise nutzen, nun bei 32 Prozent. Ein Drittel davon machte durch Corona erstmals Erfahrungen mit mobilem Arbeiten. Hier hat die Krise möglich gemacht, was vielerorts in den Jahren davor unmöglich schien oder nicht erwünscht war. In der Studie wird grundsätzlich der Begriff mobiles Arbeiten verwendet. Dieser umfasst sowohl die Arbeit an einem fest eingerichteten Telearbeitsplatz als auch die Arbeit von zu Hause oder von einem anderen Ort aus, der nicht das Büro im Unternehmen ist.

Nicht alle Berufsgruppen profitieren gleichermaßen vom mobilen Arbeiten: Mehr als die Hälfte der Beschäftigten mit Bürojob nutzt diese Möglichkeit, Personen ohne

Bürotätigkeit hingegen zu sechs Prozent. Zudem spielt die Position im Unternehmen eine erhebliche Rolle. Die Hälfte der Führungskräfte nutzt mobiles Arbeiten, das sind doppelt so viele wie ArbeitnehmerInnen ohne Führungsverantwortung. Unterschiede zwischen Voll- und Teilzeit spielen aktuell keine bedeutende Rolle.

Größtes Hindernis für mobiles Arbeiten bleibt die Form der Tätigkeit. Über zwei Drittel der Beschäftigten geben dies als Hinderungsgrund an, das sind elf Prozentpunkte mehr als 2019. Das gilt auch für knapp 40 Prozent der Berufstätigen mit Schreibtischjob. Spürbar abgenommen haben dagegen kulturelle oder infrastrukturelle Hindernisse in den Unternehmen selbst: Nur noch 18 Prozent der Beschäftigten geben an, dass mobiles Arbeiten in ihrem Unternehmen nicht möglich ist, 2019 waren es noch 30 Prozent. An der fehlenden Unterstützung der Vorgesetzten scheitert mobiles Arbeiten nur selten: Nur sechs Prozent geben dies als Hinderungsgrund an. Allerdings ist dieser Anteil unter den Bürobeschäftigten fast dreimal so hoch.

## Gewünschte Anteile in mobiler Arbeit

### Wunsch versus Wirklichkeit

Beschäftigte mit Erfahrungen mit mobilem Arbeiten wünschen sich auch unabhängig von der besonderen Pandemie-Situation, mehr von zu Hause oder unterwegs aus arbeiten zu können. Die Mehrheit der Beschäftigten, die mobil arbeitet, nutzt diese Möglichkeit weniger als die Hälfte ihrer Arbeitszeit. Wenn es sich die Beschäftigten aussuchen könnten, hätte ein Drittel gerne ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Präsenzzeit im Unternehmen und mobilem Arbeiten. Realisieren können das aktuell aber nur 14 Prozent. Etwas mehr als ein Drittel möchte weniger als die Hälfte der Arbeitszeit mobil verbringen. Nur zehn Prozent möchten fast ausschließlich in Präsenz arbeiten. Fast immer in den eigenen Wohnräumen oder an anderen Orten außerhalb des Unternehmens zu arbeiten, kommt ebenfalls nur für eine Minderheit infrage.

Insgesamt haben die Beschäftigten ein hohes Mitspracherecht, wenn es um die Festlegung dieses Anteils geht. Am häufigsten können sie individuell und nach Rücksprache mit ihren Vorgesetzten entscheiden, wie viel Zeit sie mobil arbeiten möchten. Ein Drittel kann dies sogar eigenverantwortlich entscheiden. Nur etwas weniger als jede bzw. jeder Sechste hat fest vereinbarte Zeiten, die vom Unternehmen vorgegeben werden. Bei etwas weniger sind sie selbst bestimmt.

### #PARTNER:INNEN

#### Dr. Ole Wintermann

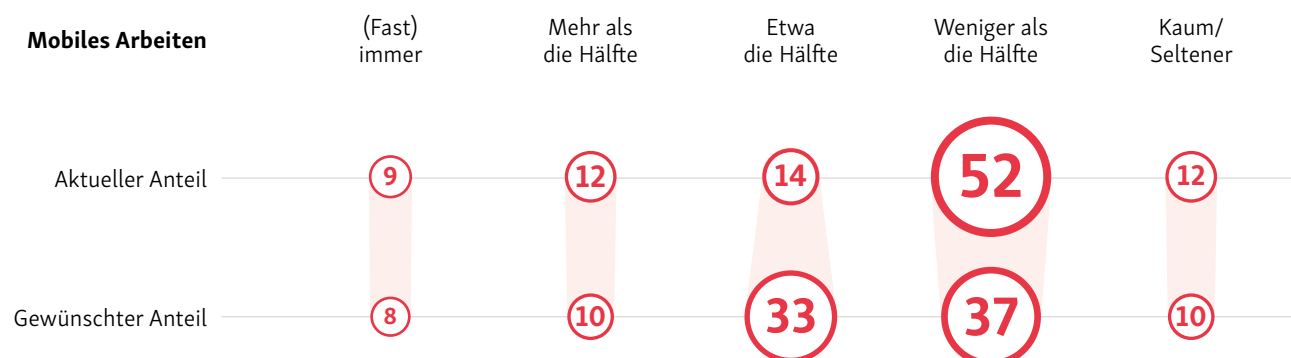
Leiter des Projekts zur Zukunft der Arbeit,  
Bertelsmann Stiftung

Die Vorteile des Homeoffice für alle Beteiligten sind offensichtlich. Die Zahlen des neuen D21-Digital-Index senden nun ein klares Signal: Gerade Menschen mit Bürojob wollen sehr viel häufiger auch langfristig im Homeoffice arbeiten können als sie das vor der Krise getan haben. Deutlich mehr Beschäftigte möchten dabei Homeoffice und Büro gleichmäßig auf die Arbeitswoche verteilen. Es wird höchste Zeit, diesem expliziten Wunsch der mündigen ArbeitnehmerInnen mit einer gesetzlichen Absicherung entgegen zu kommen.



↓ Tiefgreifende Ergebnisse zu  
digitalem Arbeiten in Corona-Zeiten  
finden Sie über diesen QR-Code.

Wie hoch ist in etwa der Anteil Ihrer Arbeitszeit, den Sie normalerweise im Homeoffice etc. verbringen? / Welchen Anteil an Ihrer gesamten Arbeitszeit würden Sie sich für den Normalfall wünschen?



Basis: Alle Befragten, die Telearbeit, Homeoffice oder mobiles Arbeiten nutzen (n=336); Angaben in Prozent

## Unterschiede zwischen ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen

Über die Hälfte (53 Prozent) derjenigen, die mit der Corona-Pandemie erstmalig mobiles Arbeiten nutzten oder zu einem größeren Anteil als zuvor so arbeiteten, möchte das auch nach der Pandemie öfter tun. Unter den befragten Führungskräften möchten hingegen drei Viertel nicht, dass ihre MitarbeiterInnen nach der Corona-Krise mehr Zeit im Homeoffice verbringen als vorher. Führungskräfte, die selbst einer Bürotätigkeit nachgehen, unterstützen ein vermehrtes Homeoffice zumindest zu 31 Prozent.

Die befragten Führungskräfte setzen sich dabei aus allen Branchen und Bereichen zusammen, nicht nur aus einem Büroumfeld. Daher sind hier teilweise auch Berufsbilder vertreten, die mobiles Arbeiten nicht oder nur in sehr geringem Umfang zulassen. Nichtsdestotrotz unterscheiden

sich die MitarbeiterInnen und Vorgesetzten in bestimmten Grundzügen. Der Blick auf beide Gruppen zeigt: Knapp 60 Prozent der MitarbeiterInnen, die gerne öfter mobil arbeiten würden, sind aktuell weniger als die Hälfte oder seltener mobil tätig. Bei den Führungskräften, die mehr mobiles Arbeiten bei ihren MitarbeiterInnen nicht befürworten sind es drei Viertel. Nur jede bzw. jeder sechste Führungsverantwortliche möchte zudem nach der Krise selbst gerne öfter mobil arbeiten. Während Beschäftigte mit Wunsch nach mehr Homeoffice in hohem Maße die Vorteile mobilen Arbeitens erkennen und sich hierfür insgesamt überdurchschnittlich offen zeigen, stehen Führungskräfte, die einen höheren Anteil an Homeoffice bei ihren MitarbeiterInnen verneinen, dieser Arbeitsform eher skeptisch gegenüber.

### Wunsch nach mehr Homeoffice

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

75

#### Führungskräfte

Ich möchte **nicht**, dass meine MitarbeiterInnen nach Corona mehr im Homeoffice arbeiten als vorher.

53

#### Beschäftigte mit erstmals/mehr Homeoffice

Ich möchte nach Corona gerne mehr als vorher im Homeoffice arbeiten.

Basis: Alle Befragten mit personeller Führungsverantwortung (n=249) / Alle Befragten mit erstmals/mehr Homeoffice seit Corona (n=254); Angaben in Prozent

#### Wer sind die Führungskräfte, die einen höheren Anteil an Homeoffice bei ihren MitarbeiterInnen ablehnen?

- 65 mit Bürojob
- 75 arbeiten weniger als die Hälfte oder seltener im Homeoffice
- 17 möchten nach Corona gerne selbst mehr im Homeoffice arbeiten
- 33 möchten öfter bewusst offline sein
- 27 wünschen sich ein moderneres Arbeitsumfeld
- 63 sind Digitale VorreiterInnen, 33 Digital Mithaltende

Überdurchschnittliche Kompetenz und Offenheit, Tendenz zu Sicherheitsthemen

Basis: Alle Befragten mit personeller Führungsverantwortung, die einen höheren Anteil an Homeoffice bei ihren MitarbeiterInnen ablehnen (n=187); Angaben in Prozent

#### Wer sind die MitarbeiterInnen mit Wunsch nach mehr Homeoffice?

- 98 mit Bürojob
- 57 arbeiten weniger als die Hälfte oder seltener im Homeoffice
- 92 glauben, persönlich von der Digitalisierung profitieren zu können
- 80 konnten im Homeoffice teilweise besser arbeiten, weil es keine Ablenkung gab
- 50 wünschen sich ein moderneres Arbeitsumfeld
- 91 sind Digitale VorreiterInnen, 9 Digital Mithaltende

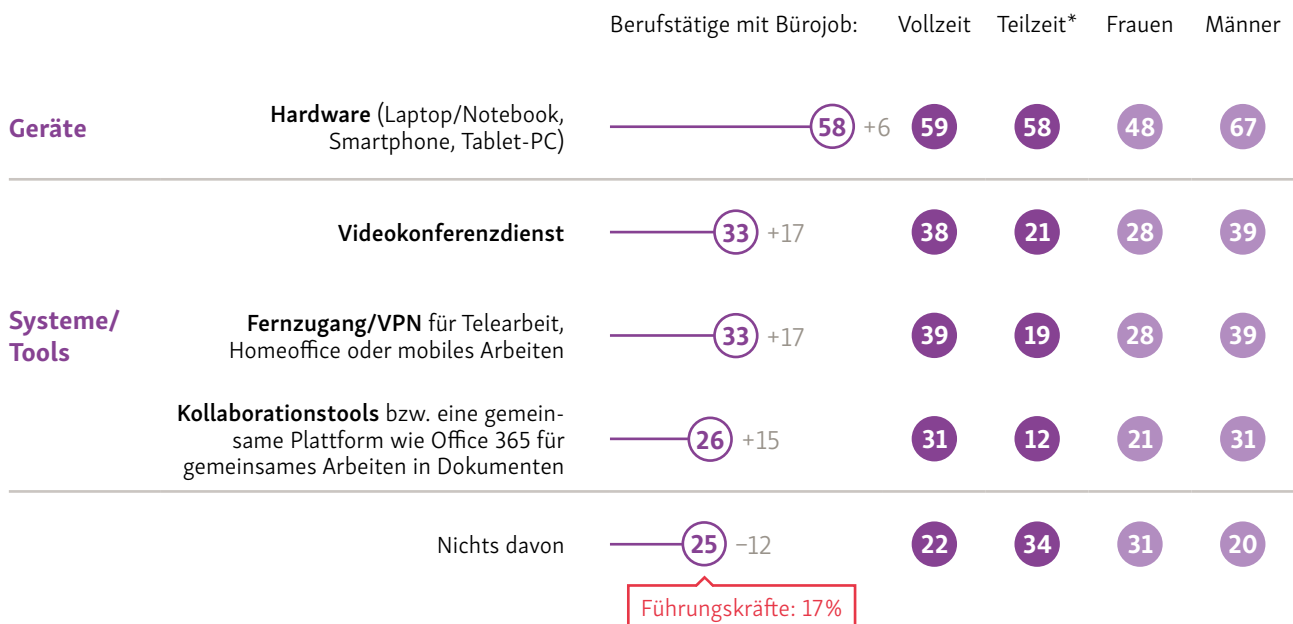
Überdurchschnittliche Kompetenz- und Offenheitsniveaus

Basis: Alle Befragten mit erstmals/mehr Homeoffice seit Corona, die sich künftig mehr Homeoffice wünschen (n=130); Angaben in Prozent



## Von ArbeitgeberInnen zur Verfügung gestellte Geräte und Systeme

Welche der Systeme, Geräte und Medien werden Ihnen von Ihrem Arbeitgeber (unentgeltlich) zur Verfügung gestellt?



Basis: Berufstätige mit Schreibtisch-/Bürojob (n=506); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; \*Achtung: geringe Fallzahl

Neben der nötigen Hardware haben immer mehr ArbeitnehmerInnen auch Zugang zu Anwendungen, die eine digitale Zusammenarbeit ermöglichen. Mit 58 Prozent hat die Mehrheit der Bürobeschäftigten Zugang zu mindestens einem von den ArbeitgeberInnen zur Verfügung gestellten mobilen Endgerät (Laptop, Smartphone oder Tablet-PC).

Deutlich geringer im Vergleich zur vorhandenen Hardware war bisher die Verbreitung entsprechender Anwendungen, um sicheres und/oder gemeinsames Arbeiten außerhalb des Büros zu ermöglichen. Hier zeigt sich coronabedingt ein deutlicher Schub bei Kollaborationsanwendungen, Videokonferenzdiensten sowie Fernzugängen. Die Ausstattung mit diesen Diensten verdoppelt sich jeweils fast und steht nun einem Viertel (Kollaborationstools) bzw. einem Drittel der Beschäftigten zur Verfügung. Unternehmen schaffen demnach – neben der

notwendigen Hardware – auch anwendungsseitig die entsprechenden Voraussetzungen, um ihren MitarbeiterInnen eine sichere mobile (Zusammen-)Arbeit zu ermöglichen.

Von besserer Ausstattung profitieren nicht alle Bürobeschäftigten gleichermaßen. Teilzeitbeschäftigte sind nach wie vor seltener mit Hardware und vor allem Tools ausgestattet. Weiterhin zeigen sich geschlechterspezifische Unterschiede: Eine von drei Frauen mit Bürojob hat weder Zugriff auf Geräte noch entsprechende Anwendungen, bei Männern ist es nur einer von fünf. Der Unterschied steigt aktuell sogar leicht an. Auch die Position im Unternehmen kann eine Rolle spielen: nterdurchschnittlich wenige Führungskräfte (17 Prozent) verfügen über keines der genannten Geräte und Anwendungen. Umgekehrt ist diese Gruppe mit allen Geräten bzw. Anwendungen besser ausgestattet als die übrigen Beschäftigten.

## Einstellungen zum digitalen Arbeiten

Die Arbeitswelt wird digitaler, Corona hat dieser generellen Entwicklung einen weiteren Schub verpasst. Doch wie stehen die Beschäftigten selbst zu dieser Entwicklung, stehen sie ihr eher skeptisch gegenüber oder erfüllen sich im Gegenteil sogar lang ersehnte Erwartungen an die Flexibilisierung und Digitalisierung des Berufslebens?

Hier gehen die Meinungen zum Teil weit auseinander. Insgesamt sieht ziemlich genau die Hälfte der Beschäftigten mehr positive als negative Veränderungen im Berufsleben durch die Digitalisierung. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil insgesamt um neun Prozentpunkte angestiegen. Hier sind Beschäftigte mit hoher Bildung bzw. in leitender Position spürbar optimistischer.

Höher Gebildete und Führungskräfte profitieren überproportional von der Digitalisierung. Nicht allen ArbeitnehmerInnen kommen die Vorzüge digitalen Arbeitens gleichermaßen zugute. Beschäftigte mit formal hoher Bildung sowie Führungskräfte erleben in höherem Maße

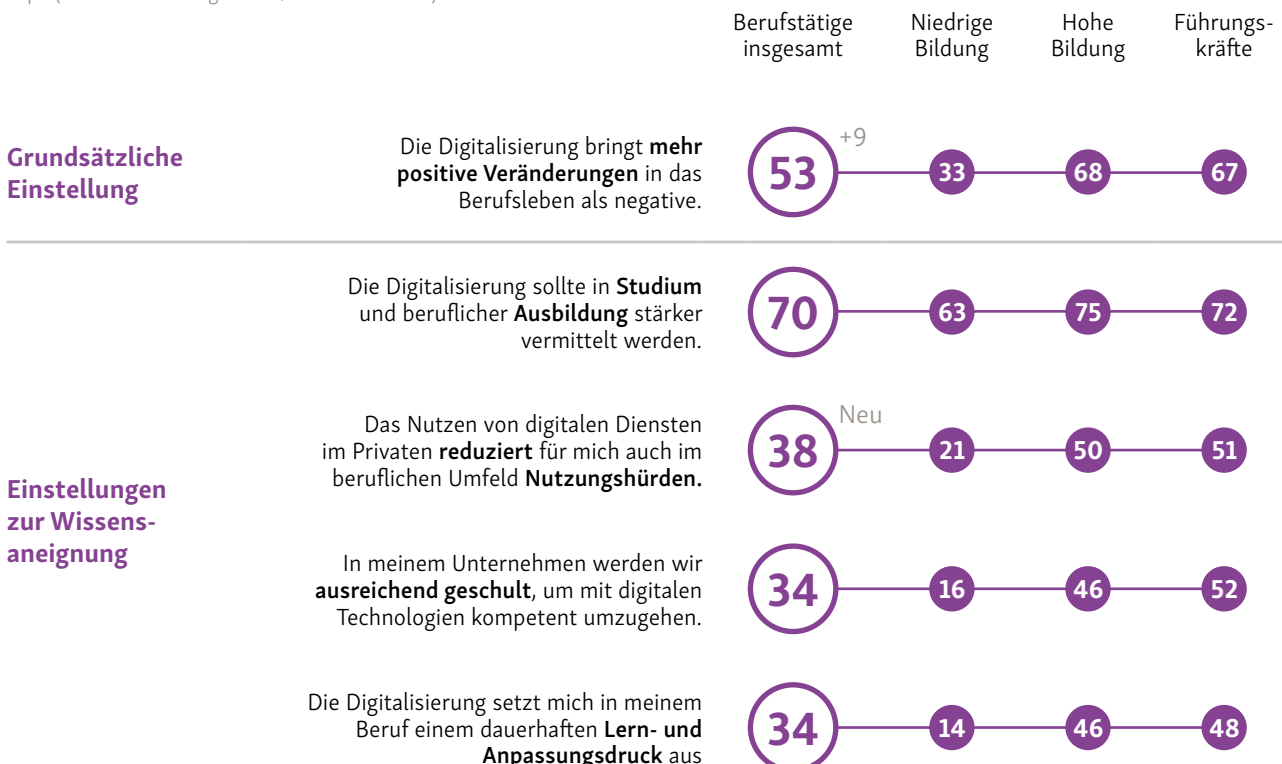
eine Verbesserung der Work-Life-Balance und sind überdurchschnittlich von den Vorteilen der Digitalisierung überzeugt. Zudem gelingt es ihnen häufiger, privates Digitalwissen ins Berufliche zu übertragen. In all diesen Bereichen sind Berufstätige mit geringerer Bildung abgehängt und liegen unter dem Durchschnitt. Nicht einmal jede bzw. jeder Sechste in dieser Gruppe fühlt sich ausreichend für den Umgang mit digitaler Technologie geschult, nur jede bzw. jeder Dritte glaubt daran, dass die Vorteile der Digitalisierung im Berufsleben überwiegen.

### Einstellungen zur Wissensaneignung

Einig sind sich die Beschäftigten vor allem darin, dass Digitalisierung schon im Studium bzw. in der Ausbildung eingesetzt und vermittelt werden sollte. Diese Ansicht vertreten mehr als zwei Drittel der Beschäftigten, höher Gebildete und Führungskräfte sogar noch etwas mehr. Auch die Unternehmen sollten einen größeren Beitrag zur

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

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



Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=1.154); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

Wissensvermittlung bei der Digitalisierung leisten, nur eine bzw. einer von drei Beschäftigten fühlt sich durchs eigene Unternehmen ausreichend für einen kompetenten Umgang geschult. Die private Nutzung von digitalen Diensten reduziert nur für 38 Prozent der Beschäftigten Nutzungshürden im beruflichen Umfeld. Nur ein Drittel verspürt einen dauerhaften Lern- und Anpassungsdruck durch die Digitalisierung, das sind drei Prozentpunkte weniger als letztes Jahr. ArbeitnehmerInnen, die erst seit Corona im Homeoffice arbeiten, fühlen sich zwar mit einem größeren Druck konfrontiert, sehen aber auch überproportional oft die positiven Aspekte, die die Digitalisierung mit sich bringt (72 Prozent).

### Einstellungen zu mobilem Arbeiten

Für etwas weniger als die Hälfte der Beschäftigten ermöglicht die Digitalisierung eine Verbesserung der eigenen Work-Life-Balance (42 Prozent). Bei fast der

Hälfte trägt die Digitalisierung zu einer Steigerung der Lebensqualität bei. Je höher die Bildung bzw. die Position im Unternehmen, umso stärker kommen diese Vorteile der Digitalisierung dabei zum Tragen. Die Mehrheit der Beschäftigten ist sowohl mit der erfolgten Ausstattung als auch mit der inhaltlichen Unterstützung beim Umstieg auf digitales Arbeiten zufrieden.

### Einstellungen zur Digitalisierung im Arbeitsumfeld

Da viele Firmen und Angestellte nicht auf die spontane Umstellung auf Homeoffice etc. vorbereitet waren, mussten häufig erst die technischen Voraussetzungen dafür geschaffen werden. Anwendungen wie Kollaborationstools nutzt ein gutes Drittel insgesamt, von Personen mit hoher Bildung oder in Führungsverantwortung sind es über die Hälfte. Ein Viertel wünscht sich ein digitaleres Arbeitsumfeld, deutlich weniger bei den niedrig Gebildeten.



### Einstellungen zu mobilem Arbeiten

### Einstellungen zur Digitalisierung im Arbeitsumfeld

**#D21-FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG****Die Arbeitswelt erlebt einen nie da gewesenen Digitalisierungsschub.**

Die Art, wie und wo wir arbeiten, hat sich durch die Corona-Krise an vielen Stellen in kürzester Zeit gewandelt. Die Zahl der Menschen, die in Deutschland mobil bzw. im Homeoffice arbeiteten, verdoppelte sich. Für viele waren es die ersten Erfahrungen, für andere stieg der bisherige Umfang spürbar an. Für zahlreiche Büroangestellte war 2020 das Jahr des Homeoffice.

Rückblickend ist der Kraftakt bemerkenswert, den sowohl viele Unternehmen, Behörden und andere Organisationen sowie auch die MitarbeiterInnen selbst leisteten, um die Arbeiten von zu Hause aus aufrechtzuerhalten. Oftmals entstanden kurzfristige und provisorische Lösungen – möchte man das mobile Arbeiten dauerhaft ermöglichen, gilt es nun, diese Lösungen zu professionalisieren und zu verstetigen. Die Ergebnisse der Studie lassen vermuten, dass – zumindest im Bereich der Bürotätigkeiten – etwas bleiben wird von der Flexibilisierung von Arbeitsort und -zeit.

Das stellt bislang gelebte Regeln und Routinen in Frage hinsichtlich einer Präsenzkultur, dem Verhältnis von Führungskräften und MitarbeiterInnen sowie in der Zusammenarbeit der MitarbeiterInnen untereinander. Wie pflegt man den zwischenmenschlichen Kontakt, organisiert Arbeitsprozesse oder unterstützt bei der Selbstorganisation, wenn man Videokonferenzen und Kollaborationstools nutzt, statt sich persönlich vor Ort zu sehen? Softskills wie Kommunikation und Organisation gewinnen spürbar an Bedeutung. Angestellte und Führungskräfte sollten bei diesen neuen Herausforderungen gezielt unterstützt werden. Ebenso müssen Organisationen viele Rahmenbedingungen klären, die im Büroalltag geregelt waren, z. B. die Erfassung von Arbeitszeit, die Ausstattung des Arbeitsplatzes oder die gesundheitliche Fürsorge. Betriebliche Vereinbarungen und gesetzliche Regelungen müssen geprüft und möglicherweise neu ausgehandelt werden, um den neuen Anforderungen zu entsprechen. Vereinbarungen zu Umfang und Bedingungen des mobilen Arbeitens sollten nachvollziehbar und transparent sein.

Die nächsten Monate eröffnen die Chance, (digitale) Arbeit neu zu denken. Die optimale Lösung für die eigenen Anforderungen müssen sich alle Organisationen erarbeiten, sie sollten alle berechtigten Interessen berücksichtigen und regelmäßig evaluieren bzw. nachsteuern. Dabei gilt es, Vorteile zu erkennen und zu nutzen und gleichzeitig mögliche negative Auswirkungen wie Entgrenzung von Arbeitszeit nicht aus dem Auge zu verlieren.

**#EXPERT:INNEN****Janina Kugel**

Aufsichtsrätin und Senior Advisor

**Die Homeoffice-Nutzung stieg während Corona stark an. Ist das aus Arbeitgebersicht eine positive Entwicklung?**

Dass Homeoffice so stark zunahm, sagt mehr über Unternehmenskultur aus als über technische Möglichkeiten. Möglich war es schon lange, doch die Präsenzkultur stand bislang im Weg. Die Phasen des Lock-Downs zwangen viele Betriebe, Prozesse zu digitalisieren, was zu einem Transformations-Turbo führte und so manche SkeptikerIn von der Machbarkeit überzeugte. Viele Angestellte finden die Möglichkeit zum flexiblen Arbeiten positiv. Wir sehen, dass konzentriertes Arbeiten und gute Ergebnisse von überall möglich sind und es gleichzeitig zur Balance zwischen Berufs- und Privatleben beitragen kann. Doch wir spüren auch Grenzen virtueller Zusammenarbeit: Die Arbeit an gemeinsamen Projekten ist möglich, erfordert aber andere Regeln. Neue, komplexe Themen zu entwickeln, ist deutlich schwieriger als in Präsenz. Wir merken, wie wichtig die direkte soziale Interaktion mit KollegInnen ist und müssen flexibles Arbeiten als Kombination aus Virtuellem und Präsenz gestalten.

**Was empfehlen Sie Unternehmen für diese Entwicklung?**

Die Arbeitswelt ist im Umbruch, daher ist es wichtig, neue Arbeitsformen zu erproben. Dabei geht es nicht nur um Kollaborationstools oder Anwendungen, auch Führungskräfte stehen vor neuen Herausforderungen und brauchen Begleitung. Wer Teams virtuell führt, muss sich abseits fachlicher Themen auch mehr Zeit für die persönliche Interaktion und Motivation der MitarbeiterInnen nehmen. Erfolgreich werden die Arbeitgeber sein, die ihre MitarbeiterInnen eng in den Transformationsprozess einbinden und mitgestalten lassen. So lassen sich nicht nur Arbeitszeitmodelle neu denken, sondern auch räumliche Lösungen.

## 04

DIGITALER  
UNTERRICHT

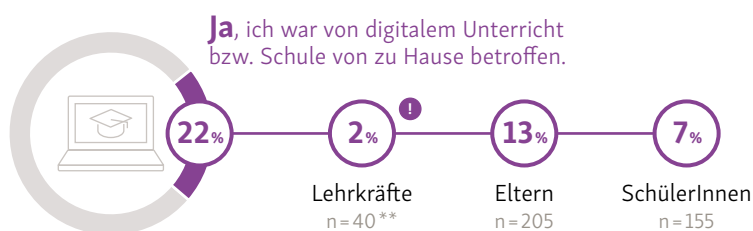
Das Bildungssystem in Deutschland stand 2020 aufgrund der Corona-Pandemie vor massiven Herausforderungen. Um den Unterricht aufrechtzuerhalten, wurde mit dem ersten Lockdown in vielen Fällen vom klassischen Präsenzunterricht auf digitale Unterrichtsformen ausgewichen. Der D21-Digital-Index 2020/2021 stellt in dieser besonderen Situation die drei HauptakteurInnen – SchülerInnen, Eltern und Lehrkräfte – gegenüber. Die Studie befragt sie nach ihren Erfahrungen mit digitalem Unterricht und ihrem Wohlbefinden in dieser Lernumgebung und erfasst eventuelle Hürden und Probleme.

Hinweis: Aufgrund der bevölkerungsrepräsentativen Ausrichtung der Studie resultiert für die Gruppe der Lehrkräfte eine geringe Fallzahl, daher können hier nur Tendenzaussagen getroffen werden. Die Ergebnisse der drei beteiligten Gruppen werden deshalb anhand unten aufgeführter Symbole anstatt absoluter Zahlen dargestellt.



↓ Die ausführlichen Ergebnisse zu Erfahrungen und Einstellungen zum digitalen Unterricht während Corona sind bereits erschienen. Sie finden Sie über diesen QR-Code.

### Digitaler Unterricht: Anteile der betroffenen Gruppen an der Gesamtstichprobe\*

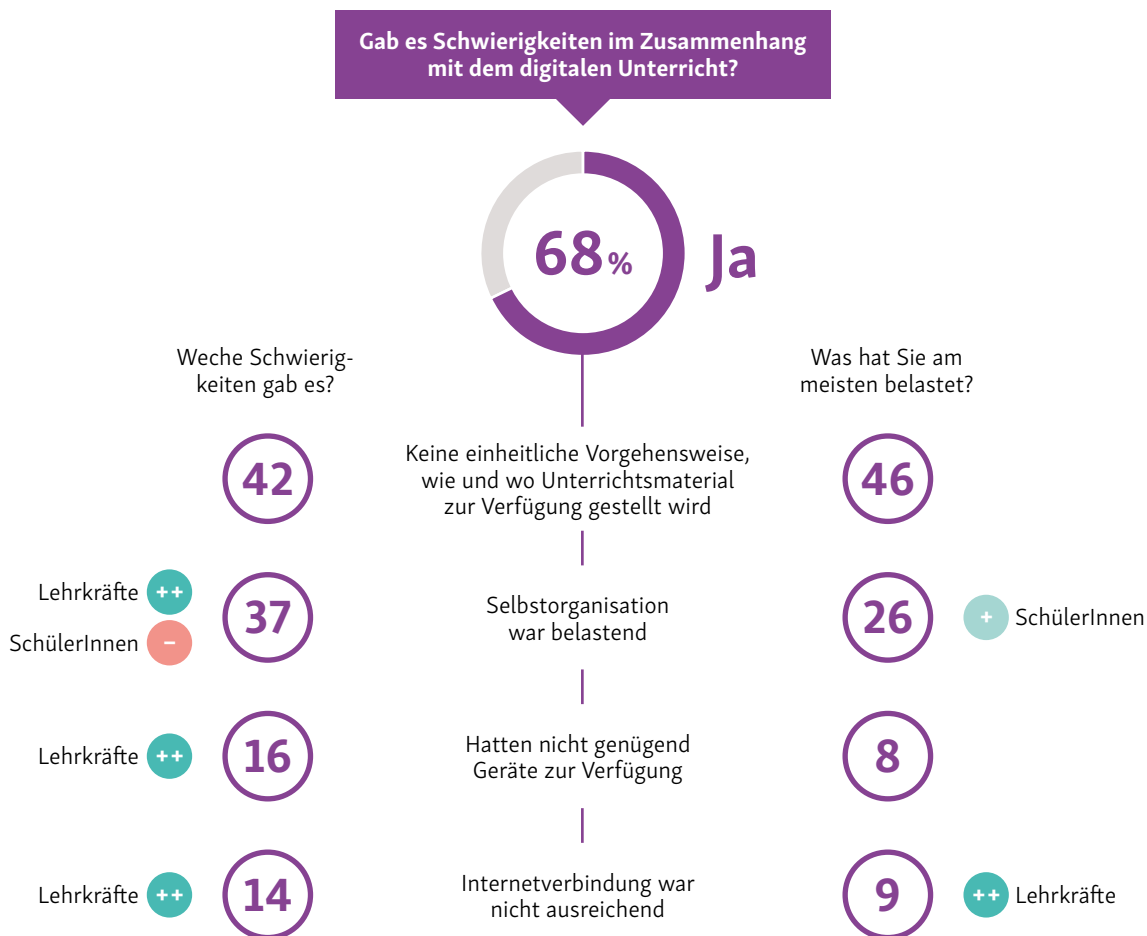


#### Kennzeichnung der Tendenzaussagen

- ++ Stark überdurchschnittliche Zustimmung
- + Überdurchschnittliche Zustimmung
- = Durchschnittliche Zustimmung
- Unterdurchschnittliche Zustimmung
- Stark unterdurchschnittliche Zustimmung

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); \*Gewichtet; \*\*Achtung: geringe Fallzahl

## Hürden beim digitalen Unterricht



Basis: Alle Befragten, die während der Corona-Zeit direkt von dem Thema digitaler Unterricht betroffen waren (n=396) bzw. mehrere Probleme beim digitalen Unterricht hatten (n=169); Angaben in Prozent; Tendenzangaben: ++ Stark überdurchschnittliche Zustimmung, + Überdurchschnittliche Zustimmung, = Durchschnittliche Zustimmung, - Unterdurchschnittliche Zustimmung, -- Stark unterdurchschnittliche Zustimmung

### Organisatorische Hürden wiegen schwerer als technische

Rund zwei Drittel aller Beteiligten, die während des ersten Lockdown im Rahmen der Corona-Pandemie direkt vom digitalen Unterricht betroffen waren, hatten dabei Schwierigkeiten. Diese waren öfter organisatorischer Natur und seltener Ausstattungsprobleme. Am meisten belastet hat die Beteiligten dabei die uneinheitliche Vorgehensweise, diese wurde von fast der Hälfte als Hauptproblem genannt. Das sahen alle Gruppen ähnlich. Ein Viertel hatte am meisten mit der Selbstorganisation zu kämpfen,

SchülerInnen sahen dies etwas häufiger als größere Hürde als LehrerInnen oder Eltern. Von einer mangelhaften Internetverbindung waren nur 14 Prozent betroffen, eine entscheidende Hürde stellt sie nur für eine deutliche Minderheit von neun Prozent dar. Lehrkräfte berichten jedoch weit überdurchschnittlich oft von solchen Schwierigkeiten. Dabei ist für sie eine ausreichende Internetverbindung in den Schulen Voraussetzung für die Umsetzung von digitalem Unterricht. Über so gut wie alle Themenfelder hinweg nahmen Lehrkräfte mehr Hürden wahr als SchülerInnen oder Eltern.



### #EXPERT:INNEN

#### Prof. Dr. Birgit Eickelmann

Universität Paderborn,  
Leiterin der ICILS-Studien in Deutschland

**Müssen Schulen digitaler werden?** Diejenigen Schulen, die Digitalisierungsprozesse schon jetzt pädagogisch nutzen und Unterricht zukunfts-fähig gestalten, sind oft auch diejenigen, die darauf setzen, allen Kindern und Jugendlichen die bestmöglichen Bildungs- und Lernangeboten zu unterbreiten. Das „Digitale“, auch wenn es derzeit sehr gehypt wird, ist dabei nur ein Teil davon.

**Braucht es verpflichtende Digitalkompetenzen für Lehrkräfte?** Bereits mit der KMK-Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ von 2016 haben sich alle Bundesländer verpflichtet, die Lehrkräfteaus- und -fortbildung zu modernisieren. Lehrkräfte sollen so qualifiziert werden, dass sie digitale Medien kompetenz- und lernförderlich einsetzen. Wichtig ist, dass Lehrerinnen und Lehrer dazu nicht nur digital kompetent sind, sondern vor allem in der Lage sind, guten Unterricht in einer sich ständig verändernden Gesellschaft zu gestalten. Die ICILS-Studien zeigen, dass es dazu notwendig ist, die digitalisierungsbezogenen Kompetenzen von Lehrerinnen und Lehrern fortlaufend zu entwickeln. Hier geht es um Bildungschancen und die Weiterentwicklung demokratischer Grundwerte. Daher kann und darf hier zukünftig nicht mehr nur auf Freiwilligkeit gesetzt werden.

#### Welchen Handlungsbedarf sehen Sie für Schulen?

Die gemeinsame Entwicklung von Visionen und Zielen zum Lernen und Lehren ist zentral für das Gelingen schulischer Entwicklungsprozesse in einer Kultur der Digitalität. Rahmenbedingungen wie WLAN, die Klärung von Datenschutzfragen oder die Ausstattung mit digitalen Lerngeräten und -materialien sind Grundvoraussetzungen für erfolgreiche Schulentwicklungsprozesse in der digitalen Transformation. In den Schulen selbst gilt es daher nicht nur, die Kollegien zu qualifizieren, sondern auch die Schulleitungen für ein Leitungshandeln in einer von Digitalisierung geprägten Welt zu befähigen.



### #EXPERT:INNEN

#### Prof. Andreas Schleicher

OECD, Direktor des Direktorats für Bildung

**Welchen Stellenwert hat Digitalisierung heute im Bildungswesen?** Global fließen unter drei Prozent der Bildungsausgaben in neue Technologien und Entwicklung entsprechender Pädagogik. 63 Prozent des Venture-Kapitals im Bildungssektor kommen aus China, nur sechs Prozent aus Europa. Das zeigt: Wir stehen erst am Anfang einer wichtigen Entwicklung. Digitale Technologien finden neue Antworten darauf, was, wie, wo und wann wir lernen. Gemeinsam mit Lehrkräften lehren uns intelligente Online-Lernsysteme nicht nur Naturwissenschaften, sie beobachten auch, wie wir sie lernen, welche Aufgaben und Denkweisen uns interessieren oder was uns schwerfällt. Sie passen Lernerfahrungen an unseren Lernstil an – weitaus granularer und präziser als im traditionellen Klassenzimmer möglich. Virtuelle Labors ermöglichen uns, Experimente zu entwerfen, durchzuführen und aus ihnen zu lernen, anstatt nur über sie zu lernen.

#### Welche Schritte muss Deutschland unternehmen?

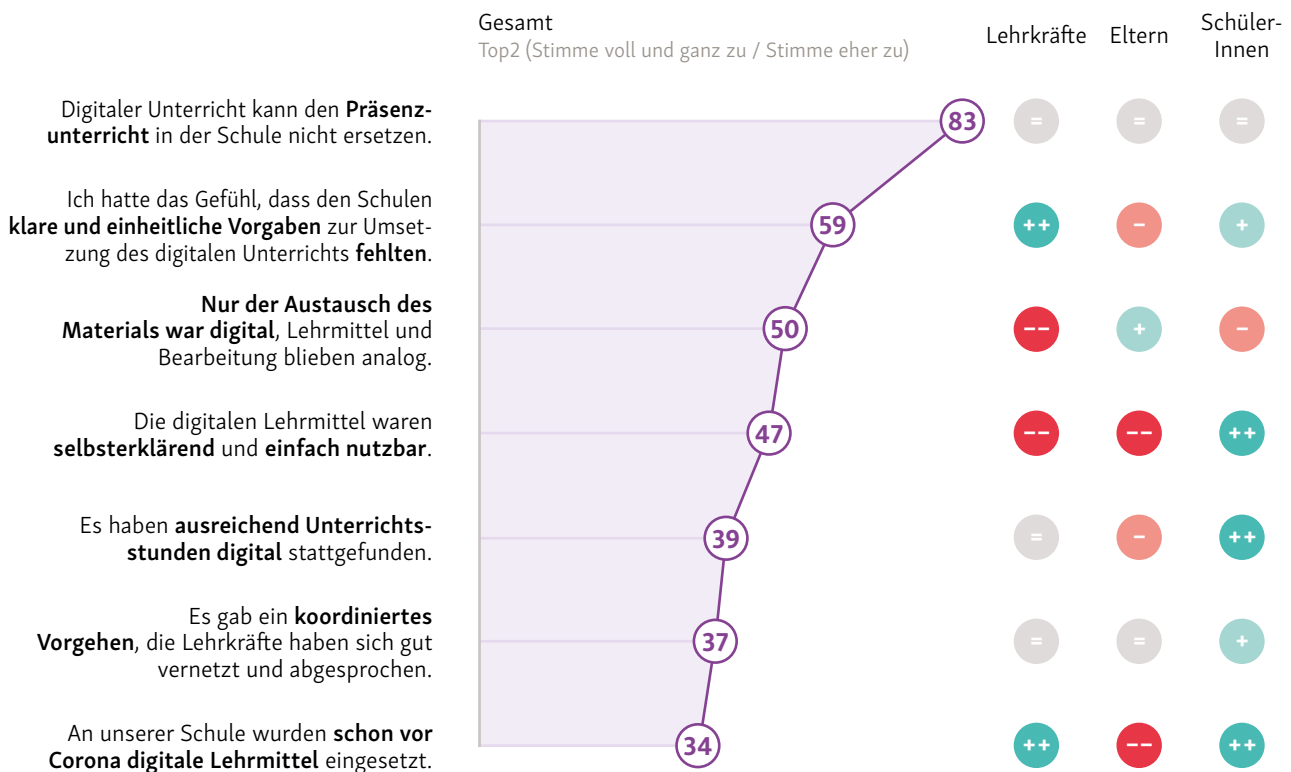
Die Coronakrise zeigt, wie wichtig umfassender Zugang zu digitaler Technik und Bildung sowie gute Konzepte für Bildung und Ausbildung im digitalen Zeitalter sind. Aber sie zeigt auch, dass digitales Lernen erst jetzt in den Köpfen und Schulen wirklich ankommt. Wichtig ist, dass wir nach der Krise nicht den Status quo wiederherstellen, sondern Chancen nutzen, damit SchülerInnen besser lernen, Lehrkräfte besser unterrichten können und das Schulsystem effizienter wird. Die Ausstattung mit Technik ist nur der erste kleine Schritt. Die große Aufgabe ist, Lehrkräfte so weiterzubilden und zu motivieren, dass Technologien nicht bestehende Lernformate konservieren, sondern wirklich verändern und das Potenzial neuer Technologien nutzen.

## Erfahrungen mit digitalem Unterricht

Alle am Lehrbetrieb Beteiligten finden **Präsenzunterricht** an Schulen unersetzlich: Vier von fünf SchülerInnen, Eltern und Lehrkräften denken nicht, dass digitaler Unterricht ein adäquater Ersatz sein kann. Für die Mehrzahl der Beteiligten führte Corona erstmalig zu digitalem Unterricht, nur ein Drittel gibt an, schon vorher digitale Lehrmittel genutzt zu haben. Das berichten vor allem SchülerInnen und Lehrkräfte, Eltern dagegen seltener. Zudem offenbarten die noch geringen Erfahrungen mit digitalem Unterricht, dass vielfach grundlegende Fragen der digitalen Organisation ungeklärt blieben: Während Corona selbst vermisste die Mehrheit bei der Umsetzung des digitalen Unterrichts klare und einheitliche Vorgaben, am stärksten die Lehrkräfte. Das Vorgehen der Lehrkräfte nahm etwas mehr als ein Drittel als koordiniert wahr, wobei SchülerInnen dies etwas positiver einschätzten.

Die Hälfte gibt an, dass nur der Austausch der Lehrmaterialien digital war, die Materialien selbst und deren Bearbeitung blieben analog – hier zeigen sich deutliche Unterschiede in der Innen- und Außenperspektive auf Schulen: Vor allem Eltern stimmen dem zu, SchülerInnen etwas seltener, Lehrkräfte hingegen deutlich seltener. In zwei Bereichen unterscheiden sich die Einschätzungen der SchülerInnen zum Teil spürbar von denen der lernbegleitenden Lehrkräfte und Eltern: Die digitalen Lehrmittel selbst schätzt insgesamt fast die Hälfte der Beteiligten als selbsterklärend und einfach nutzbar ein, das empfanden vor allem die SchülerInnen so, Lehrkräfte und Eltern hingegen seltener. Deutlich positiver als im Durchschnitt bewerten die SchülerInnen auch den Umfang der digitalen Unterrichtsstunden, die Eltern hätten sich etwas mehr digitalen Unterricht gewünscht.

Bitte sagen Sie mir jeweils, inwieweit Sie auf Basis Ihrer Erfahrungen diesen Aussagen zustimmen.



Basis: Alle Befragten, die während der Corona-Zeit direkt von dem Thema digitaler Unterricht betroffen waren (n=396); Angaben in Prozent; Tendenzangaben: ++ Stark überdurchschnittliche Zustimmung, + Überdurchschnittliche Zustimmung, = Durchschnittliche Zustimmung, - Unterdurchschnittliche Zustimmung, -- Stark unterdurchschnittliche Zustimmung



## Einstellungen zu digitaler Bildung

Aus Sicht der meisten Menschen wird die digitale Transformation auch im Bildungsbereich Einzug halten und die Mehrheit begrüßt diese Entwicklung. Als Grundlage dafür braucht es aus Sicht von drei Viertel der Befragten **verpflichtende Fortbildungen für Lehrkräfte** im Umgang mit digitalen Lernformaten, hier stimmen besonders die Lehrkräfte selbst zu. Eine breite Mehrheit (74 Prozent) plädiert zudem für mehr Flexibilität und Fehlertoleranz im Lehrbetrieb und ist der Auffassung, Schulen sollten neue Lernformate ausprobieren und künftig Unterrichtskonzepte stärker digital ausrichten. Auch eine frühe Vermittlung von Digitalkompetenzen schon in der Grundschule begrüßt eine Mehrheit. Etwa 60 Prozent der BürgerInnen (besonders Eltern und Menschen mit hohem Bildungsniveau) sehen bei der bisherigen Umsetzung von Distanzunterricht jedoch auch die Gefahr einer weiteren Verschärfung von **Bildungsungerechtigkeiten** in der Bevölkerung.



### #PARTNER:INNEN

#### Tim Brauckmüller

Geschäftsführender Gesellschafter,  
atene KOM GmbH

Die Pandemie stellt vor allem für die Schulen eine besondere Herausforderung dar. Spätestens jetzt ist klar: Digitalisierung im Bildungswesen ist unverzichtbar. Von zentraler Bedeutung, unabhängig von technischer Ausstattung und Lerninhalten, ist der breite Wille hierzu. Die Ergebnisse des aktuellen D21-Digital-Index zeigen: Dieser Wille ist da. Eine große Mehrheit der Lehrkräfte und überwältigende 78 Prozent aller Befragten sind der Meinung, dass es für Lehrkräfte an Schulen **verpflichtende Fortbildungen** zur Nutzung digitaler Lernformate geben muss. Eine wichtige Voraussetzung für die Digitalisierung im Bildungswesen.

Bitte geben Sie an,  
inwieweit Sie zustimmen.

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

Alle Lehrkräfte sollten künftig **verpflichtende Fortbildungen** zur Nutzung digitaler Lernformate erhalten.

78

Lehrkräfte ++

Schulen sollten öfter digitale Arbeitsweisen **ausprobieren** und verwerfen, wenn sie nicht funktionieren.

74

Lehrkräfte ++

SchülerInnen +

Unterrichtskonzepte müssen in Zukunft mehr **auf die digitale Welt angepasst** werden.

74

Die Vermittlung digitaler Kompetenzen sollte schon **in der Grundschule fester Bestandteil** sein.

62

Lehrkräfte ++

Ich glaube, dass die derzeitige Situation durch Corona die **Bildungsungerechtigkeiten verschärft**.

60

Eltern ++

Lehrkräfte +

Niedrige Bildung: 52%  
Hohe Bildung: 64%

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent; Tendenzangaben: ++ Stark überdurchschnittliche Zustimmung, + Überdurchschnittliche Zustimmung, = Durchschnittliche Zustimmung, - Unterdurchschnittliche Zustimmung, -- Stark unterdurchschnittliche Zustimmung

**#D21-FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG****Digitalisierungsdefizite haben zu erheblichen Hürden beim Homeschooling geführt – Schulen benötigen Unterstützung.**

Die Corona-Pandemie führte dazu, dass Unterricht größtenteils nur digital stattfinden konnte. Doch viel zu oft gelang es an den Schulen nicht, einen qualitativ hochwertigen digitalen Unterricht zu organisieren und umzusetzen. Diese Situation hat wie ein Brennglas die Defizite in der Digitalisierung der Schulen offengelegt. SchülerInnen, Lehrkräfte und Eltern haben erlebt, wie wichtig eine verlässliche Infrastruktur, pädagogisch durchdachte digitale Lehrkonzepte und dafür notwendige Kompetenzen bei den Lehrenden sind und wünschen sich entsprechende Änderungen.

Ein erster Schritt dahin wird es sein, die Erfahrungen dieser Zeit zu evaluieren und Lehren abzuleiten, um zukünftig resilienter zu sein. Die Bildungsgerechtigkeit sollte dabei im Zentrum aller Digitalisierungsbemühungen stehen, digitaler Unterricht darf nicht bestehende Ungerechtigkeiten weiter verschärfen. Der Zugang zu digitalem Unterricht bedarf etwa der Ausstattung mit digitalen Geräten für alle SchülerInnen und Lehrkräfte. Und wenn zuhause digital gelernt werden soll, gilt es, die verschiedenen Ausgangsniveaus bei SchülerInnen und Eltern hinsichtlich digitaler Kompetenzen zu berücksichtigen und lernschwache SchülerInnen durch Lehrkräfte zu begleiten und zu unterstützen. Auch Digital-LotsInnen für SchülerInnen mit Kompetenzlücken oder andere „Peer-to-Peer-Ansätze“ um Digital-Nachhilfe zu geben, können sinnvolle Optionen sein.

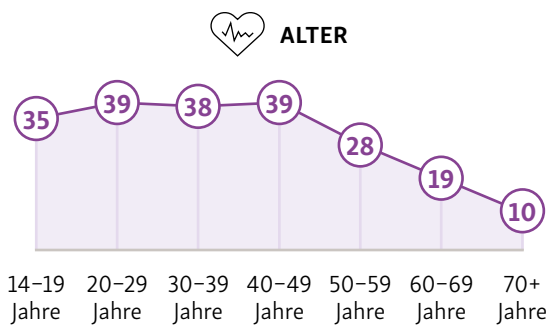
Die große Mehrheit der Bevölkerung wünscht sich verpflichtende Fortbildungen für Lehrkräfte zur Nutzung digitaler Lernformate, dem stimmen auch die Lehrkräfte selbst zu. Dies deutet darauf hin, dass viele Lehrkräfte das Gefühl haben, ihre Digitalkompetenzen reichen nicht aus, um digitale Medien gezielt in bestimmten Unterrichtssituationen einzusetzen. Durch verpflichtende, regelmäßige und kompetenzorientierte Fortbildungen können Lehrkräfte eigene Digitalkompetenzen ausbauen und festigen. So können sie auch den pädagogisch sinnvollen Einsatz digitaler Medien im Unterricht praxisbezogen und möglichst anhand der in der Schule verfügbaren Technik und den entsprechenden Lehrmitteln trainieren. Wichtig ist auch, den pädagogischen Nachwuchs entsprechend vorzubereiten. Zum Beispiel, indem schon während der Lehramts- und Referendariats-Ausbildungen, Medienpädagogik deutschlandweit als verpflichtender und prüfungsrelevanter Bestandteil in allen pädagogischen Ausbildungsgängen verankert werden würde.

## 05

DIGITALE  
GESUNDHEIT

Ich bin bereit, mich für die digitale Interaktion mit ÄrztInnen, Schulen etc. mit entsprechender Technik auszurüsten, auch wenn ich es privat vielleicht gar nicht brauche.

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



 **HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN**

Unter  
2.000 Euro

19 37

3.000 Euro  
und mehr

Der D21-Digital-Index untersucht die gesellschaftliche Perspektive auf den digitalen Wandel. In diesem Jahr steht daher unter anderem der digitale Gesundheitsbereich im Fokus der Betrachtung. Ein Ergebnis der Studie aus dem Jahr 2018/19 war, dass digitale Gesundheitsanwendungen wie z. B. Schrittzähler, Schlafüberwacher, Apps zur Messung der Herzfrequenz oder des Blutdrucks von nur zwölf Prozent der deutschen Bevölkerung genutzt wurden. Telemedizin, d. h. medizinische Ferndiagnose oder -therapie durch ÄrztInnen, nutzte damals nur ein Prozent.

Die aktuellen Ergebnisse zeigen: Ein Drittel verwendet mittlerweile Gesundheits- oder Fitnessanwendungen wie Schrittzähler (plus 21 Prozentpunkte in zwei Jahren). Doch was die Nutzung digitaler Dienstleistungen im Zusammenhang mit ÄrztInnen angeht (Telemedizin/ Videosprechstunde), hat sich in den letzten beiden Jahren nicht viel bewegt. Wie in allen Lebensbereichen sehen wir auch im Bereich der digitalen Gesundheit eine Entwicklung, jedoch fällt diese im Vergleich zu Bereichen wie Arbeitswelt oder Bildung deutlich geringer aus.

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038); Angaben in Prozent

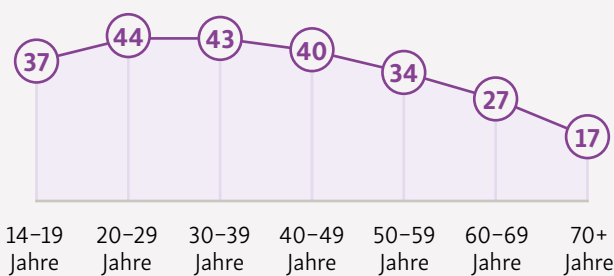
Ich kann mir vorstellen, mich von einem Arzt oder einer Ärztin per Videosprechstunde behandeln zu lassen.

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

### GESAMT



### ALTER



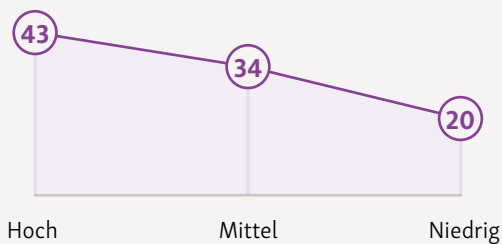
### MÄNNER



### FRAUEN



### BILDUNG



Reflektierte  
Profis: 59%



### NUTZERTYPEN



## Digitale Kommunikation mit ÄrztInnen

Rund ein Drittel der deutschsprachigen Bevölkerung kann sich vorstellen, sich von ÄrztInnen per Videosprechstunde behandeln zu lassen. Damit ist die Bereitschaft dazu im Vergleich zum Vorjahr um acht Prozentpunkte angestiegen. Es sind vor allem Menschen unter 50 Jahren und die höher Gebildeten, die einer Video-Behandlung offen gegenüberstehen. Mehrheitlich offen dafür ist lediglich die Gruppe der Digitalen VorreiterInnen, insbesondere die Reflektierten Profis, hier sind es sogar drei von fünf (zur Charakterisierung der Nutzertypen siehe Kapitel Digitale Gesellschaft).

Die Bereitschaft, sich mit entsprechender Technik auszustatten, um beispielsweise digital mit ÄrztInnen interagieren zu können, liegt insgesamt bei 29 Prozent. Frauen sind dazu etwas weniger bereit als Männer. Die Digitalen VorreiterInnen sind auch hier die stärkste Gruppe, allen voran die Reflektierten Profis mit 55 Prozent Bereitschaft, neue Technik für digitale Interaktion anzuschaffen, die sie privat vielleicht gar nicht benötigen. Grundsätzlich ist zu beobachten, dass diese Bereitwilligkeit ab einem Alter von 50 Jahren spürbar sinkt.



### #PARTNER:INNEN

**Dr. Med. Ursula Marschall Dipl. Oec.**

Forschungsbereichsleitung Medizin/Versorgungsforschung, BARMER

Die Arzt-Patientenbeziehung ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren in der Behandlung von Krankheiten. Durch den persönlichen Kontakt können Ängste und Unsicherheiten gerade zu Beginn der Erkrankung abgebaut werden. Die weiteren Arzttermine im Behandlungsverlauf können telemedizinisch unterstützt werden. Dies empfinden Patientinnen und Patienten als nützlich und hilfreich. Wenn wir über die Medizin von morgen sprechen, müssen wir also die Gefühle und Bedürfnisse der Menschen sehr genau berücksichtigen. Nur so können wir die Chancen von Fernbehandlung ausschöpfen.



#EXPERT:INNEN

### Erik Bodendieck

Vorstandsmitglied der Bundesärztekammer (BÄK) und Co-Vorsitzender des Digitalisierungsausschusses der BÄK

#### Sehen Sie in der Digitalisierung im Gesundheitssystem eher eine Ergänzung oder Revolution?

Digitale Gesundheitsanwendungen werden zunehmend die bisherigen PatientInnen-Versorgung ergänzen. Bis diese Veränderungen auch in der Breite angekommen sind, wird es dauern. Durch das Angebot von Videosprechstunden und Anwendungen wie Notfalldatensatz, elektronischer Medikationsplan, elektronische Patientenakte und Gesundheits-Apps wird sich die Art, wie ÄrztInnen und PatientInnen miteinander kommunizieren, verändern. ÄrztInnen sollen bessere und aktuellere Daten der PatientInnen erhalten und können spezifischer auf deren aktuelle Probleme eingehen. Für die ÄrztInnen bedeutet dies auch die Herausforderung, die PatientInnen zukünftig durch immer unübersichtlichere und vielfältige Gesundheitsinformationen und -angebote zu lotsen. Die Digitalisierung im Gesundheitswesen ist also eine Evolution.

#### Welche Hürden/Vorbehalte sehen Sie, die größerer Nutzung und Akzeptanz digitaler Gesundheitsanwendungen gegenüberstehen und wie kann man sie überwinden?

Der Erfolg digitaler Anwendungen hängt von drei Faktoren ab: Vertrauen, Nutzen und Nutzerfreundlichkeit. Beide – ÄrztInnen und PatientInnen – müssen auf die Sicherheit der digitalen Anwendungen vertrauen können und beide müssen überzeugt sein vom Nutzen für die eigene Behandlung bzw. für die Behandlung der PatientInnen. Weiterhin müssen die digitalen Anwendungen so nutzerfreundlich sein, dass auch nicht technikaffine Menschen damit problemlos umgehen können. Besonderer Wert ist darauf zu legen, dass alle Mitglieder unserer Gesellschaft an den durch die Digitalisierung entstehenden Vorteilen teilhaben können. Dies ist die eigentliche Herausforderung für eine sinnvolle digitale Transformation im Gesundheitswesen.



#EXPERT:INNEN

### Miriam Junge

Psychotherapeutin für Verhaltenstherapie & Life-/Business-Coaching

#### Braucht es aus Ihrer Sicht mehr Digitalisierung im Bereich Therapie und therapeutischer bzw. medizinischer Beratung? Wo liegt aus Ihrer Sicht das Potenzial?

Es fehlt in allen Bereichen an leicht zugänglichen, digitalen Zugängen. Ich sehe vor allem Potenzial bei Prävention und Psychoedukation. Ich digitalisiere beispielsweise diverse Themen rund um mentale Gesundheit in Onlinekursen und mache es dadurch einer breiten Masse leichter, sich mit den Themen zu beschäftigen. Durch Digitalisierung haben wir die Möglichkeit, mehr und gezieltere Inhalte zu schaffen, mit denen wir viel mehr Menschen digital erreichen können.

#### Bestehen aktuell Vorbehalte? Falls ja, was muss passieren, damit es in der breiten Masse angenommen wird?

Wir brauchen Kampagnen zur Entstigmatisierung. Wir müssen verstehen, dass Psychohygiene genauso wichtig ist wie tägliches Zähneputzen. Ich glaube, Therapie kann nur in Form von Live-Online-Sessions digitalisiert werden – TherapeutInnen bleiben individuell und sind nicht digitalisierbar. Der Zugang zu mentaler Gesundheit, das Bewusstsein für den eigenen Zustand und Werkzeuge, wie z. B. Achtsamkeit, sind gut digital umsetzbar. Das kann natürlich keine Therapie ersetzen, aber es kann Krisen vorbeugen und mehr Leichtigkeit bzw. Zufriedenheit bringen. Wir brauchen dringend digitale Produkte, die es möglich machen, durch kleine Schritte zu mehr Bewusstsein über den eigenen seelischen Zustand zu kommen, um präventiv aktiv zu werden.

### Gesundheitsbezogene digitale Kommunikationstechnologie gehört aktuell nicht zur Lebenswelt der Menschen in Deutschland.

Vielmehr ist den BürgerInnen das digitale Angebot des Gesundheitswesens bislang kaum begegnet und bleibt auch im Corona-Jahr 2020 weitgehend ungenutzt. Etwa ein Zehntel hatte während der Corona-Pandemie Kontakt zu ÄrztInnen bzw. Gesundheitspersonal, der nicht vor Ort stattfand. Doch in erster Linie greifen die Menschen dann zum Telefonhörer, eine Videosprechstunde haben nur fünf Prozent von ihnen genutzt.

Die Inanspruchnahme von digitaler Beratung zu sensiblen Themen wie mentaler Gesundheit oder Familie/Erziehung liegt auf einem kaum messbaren Niveau von jeweils einem

Prozent. Hier scheint die Technologie heute (noch) keinen adäquaten Ersatz für das persönliche bzw. telefonische Gespräch erbringen zu können.

Wie aus den Ergebnissen der im Herbst veröffentlichten Studie eGovernment MONITOR 2020 der Initiative D21 und der Technischen Universität München hervorgeht, haben die BürgerInnen ihre Behördengänge 2020 auf das absolute Minimum heruntergefahren. Die Hauptstrategie in Corona-Zeiten lautete „Vermeidung“ (siehe eGovernment MONITOR 2020, S.19). Eine solche Vermeidungsstrategie erscheint auch im medizinischen Kontext plausibel und kann – neben Faktoren wie fehlendes Angebot oder fehlende Kenntnis über Angebote – ein Erklärungsansatz für die geringe Inanspruchnahme digitaler Angebote sein.

Denken Sie bitte an das Thema Gesundheitsversorgung während der Corona-Zeit. Hatten Sie Kontakt zu ÄrztInnen bzw. Gesundheitspersonal, der nicht vor Ort stattgefunden hat? / In welcher Form? / Hatten Sie digitalen Kontakt zu ExpertInnen, um sich mental unterstützen zu lassen? / Haben Sie sich in letzter Zeit digital zum Thema Familie und Erziehung beraten lassen, also per Chat, E-Mail oder Video?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.038) bzw. Personen, die während Corona Kontakt zu ÄrztInnen hatten, der nicht vor Ort stattfand (n=183)

# Einstellungen zur Digitalisierung im Gesundheitswesen

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zum Gesundheitsbereich zu?

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

Ich vertraue bei der Nutzung von Gesundheitsanwendungen darauf, dass die **Datenschutzvorschriften** eingehalten werden.

55

Ich sehe echte Chancen darin, dass die **Digitalisierung** die medizinische **Versorgung im ländlichen Raum verbessert**.

48

Land (<20.000 EW): 42%  
Großstädte (ab 500.000 EW): 48%

Ich befürchte, dass ich bei einer stärkeren Verlagerung von Gesundheitsthemen auf das Internet **von einigen Versorgungsmöglichkeiten abgeschnitten** werde.

36

65+ Jahre: 42%  
Östliche Bundesländer: 47%

Ich wünsche mir **mehr digitale Möglichkeiten** im Gesundheitsbereich.

32

14-29 Jahre: 44%  
65+ Jahre: 17%

Vor Corona **war ich nicht so aufgeschlossen** für Telemedizin, Videosprechstunden / Digitalisierung im Gesundheitswesen wie jetzt.

23

Land (<20.000 EW): 28%  
Großstädte (ab 500.000 EW): 19%

Basis: Personen ab 14 Jahren (n= 2.038); Angaben in Prozent

## Offenheit, Sorgen und Wünsche

Rund die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung zeigt sich vertrauensvoll gegenüber Datenschutz und -sicherheit im Gesundheitsbereich. Ein gutes Drittel äußert die Befürchtung, durch verstärkten Einsatz der Digitalisierung von medizinischer Versorgung abgeschnitten zu werden. Diese Sorge teilen überdurchschnittlich viele Menschen aus den östlichen Bundesländern und Personen über 65 Jahren. Etwa die Hälfte der Befragten glaubt an die Verbesserung der medizinischen Versorgung im ländlichen Bereich durch die Digitalisierung. Die BewohnerInnen ländlicher Regionen selbst stimmen diesem optimistischen Ausblick etwas weniger häufig zu.

Eine deutlich größere Aufgeschlossenheit dieser Thematik gegenüber haben die Erfahrungen in der Corona-Zeit aber nicht bewirkt: Nur ein Viertel der deutschsprachigen Bevölkerung ist laut eigenen Angaben nach Corona aufgeschlossener für digitale Möglichkeiten im Gesundheitsbereich. Das gilt für Menschen in ländlichen Regionen stärker als für GroßstadtbewohnerInnen. Allerdings gaben Menschen aus Mittel- und Großstädten in der Vergangenheit bereits häufiger als diese aus ländlichen Regionen an, Veränderungen im medizinischen Bereich durch Digitalisierung positiv gegenüberzustehen und waren daher vermutlich bereits vorher latent offener für diese Thematik. Und nur ein Drittel wünscht sich explizit ein breiteres digitales Spektrum im Gesundheitswesen.

**#D21-FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNG****Trotz steigender Offenheit: Digitaler Austausch mit ÄrztInnen ist noch ein Randphänomen.**

Während digitale Anwendungen und Kommunikation in nahezu allen Bereichen des Lebens an Bedeutung gewinnen, sind sie im Gesundheitsbereich – zum Beispiel im Austausch mit ÄrztInnen – noch weniger verbreitet. Gesundheits- oder Fitnessanwendungen verwenden heute etwa schon ein Drittel der Bevölkerung, aber einen digitalen Austausch mit ÄrztInnen (zum Beispiel per Videosprechstunde) hatten bislang nur die wenigsten. Gerade in Zeiten angespannter Gesundheitslagen könnten aber digitale Gesundheitsdienstleistungen eine sinnvolle Ergänzung darstellen.

Dass entsprechende Dienste bislang kaum genutzt werden, hat verschiedene Ursachen: Es mangelt insgesamt an Bekanntheit von Angeboten, in deren Folge die Option für viele gar nicht präsent ist. Zudem ist der Gesundheitsbereich noch stärker eine Frage des Vertrauens und auch des persönlichen Kontakts als andere Bereiche des Lebens. Ein Drittel der BürgerInnen ist besorgt, von der medizinischen Versorgung abgeschnitten zu werden, wenn sich mehr ins Digitale verlagert. Dieses Szenario gilt es zu verhindern und gleichzeitig unberechtigte Sorgen zu nehmen. Vertrauenspersonen im medizinischen Bereich (ÄrztInnen, ApothekerInnen, etc.) sollten gemeinsam mit PatientInnen neue technologische Möglichkeiten „entdecken“ und z. B. die Praxen als Orte zum Sammeln von ersten Erfahrungen mit Online-Diensten etablieren.

Die BürgerInnen in Deutschland zeigen eine große Sensibilität für ihre Gesundheitsdaten. Nur etwas mehr als die Hälfte vertraut darauf, dass digitale Gesundheitsanwendungen die Datenschutzvorschriften einhalten. Viele Menschen befürchten, die Kontrolle über ihre Gesundheitsdaten zu verlieren. Möchte man mehr Menschen für digitale Gesundheitsanwendungen gewinnen und den Austausch von Daten voranbringen, braucht es Aufklärung sowie transparente und nachvollziehbare Prozesse.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse aber auch eine stetig steigende Offenheit für digitale Gesundheitsangebote. Um diese Intensions-Verhaltens-Lücke zu schließen und die Chancen der Digitalisierung für eine breite Masse nutzbar zu machen, braucht es noch viel Vorarbeit: Politik, Verbände, Krankenkassen und die ÄrztInnen sind gefragt, mit Kampagnen und Aufklärungsarbeit vor Ort für die Angebote zu werben und Vertrauen zu schaffen.





Alle Grafiken der Studie  
finden Sie über diesen QR-Code.

# IMPRESSUM

**HERAUSGEBER**

Initiative D21 e.V.

**ANSPRECHPARTNER:IN PRESSE**

Initiative D21 e.V.

Roland Dathe

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 030/526 87 22 58

presse@initiated21.de

Kantar

Viktoria Becker

Public Relations

Telefon 069/73944 187

viktoria.becker@kantar.com

**PROJEKTLEITUNG UND REDAKTION**

Roland Dathe, Initiative D21 e.V.

Sandy Jahn, Initiative D21 e.V.

Lena-Sophie Müller, Initiative D21 e.V.

Stefanie Exel, Kantar

Amelie Herrmann, Kantar

Linda Paul, Kantar

**GEFÖRDERT DURCH**

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

**PREMIUMPARTNER**

Allianz Deutschland AG

atene KOM GmbH

BARMER

Bayerisches Staatsministerium für Digitales

HUAWEI TECHNOLOGIES Deutschland GmbH

**PARTNER**

Bertelsmann Stiftung

Capgemini Deutschland

CHG-MERIDIAN AG

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Microsoft Deutschland GmbH

**UNTERSTÜTZER**

ADLON Intelligent Solutions GmbH

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Deutsche Telekom AG

Didacta Verband e.V. – Verband der Bildungswirtschaft

Intel Deutschland GmbH

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

**GRAFIK UND DESIGN**

mc-quadrat | Markenagentur und Kommunikationsberatung OHG

**DRUCK**

Druckhaus Sportflieger



# Digitalisierungsgrade im Überblick

MEHR AUF SEITE 40/41



## NUTZERTYPEN

- 5 OfflinerInnen
- 34 Minimal-OnlinerInnen
- 58 Konservative GelegenheitsnutzerInnen
- 64 Vorsichtige PragmatikerInnen
- 78 Reflektierte Profis
- 80 Progressive AnwenderInnen
- 79 Technik-EnthusiastInnen



## ALTER

- 73 14–29 Jahre
- 70 30–49 Jahre
- 61 50–64 Jahre
- 36 65+ Jahre



## GESCHLECHT

- 57 Frauen
- 64 Männer



## BESCHÄFTIGUNG

- 48 Nichtberufstätige
- 69 Berufstätige
- 75 Berufstätige mit Schreibtisch-/Bürojob



## BILDUNG

- 42 Niedrige Bildung
- 62 Mittlere Bildung
- 71 Hohe Bildung



## HAUSHALTSGRÖSSE

- 53 1 Person
- 55 2 Personen
- 69 3 Personen
- 71 4 Personen und mehr



## HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN (ab 18 Jahren)

- 49 Unter 1.000 Euro
- 45 1.000 bis unter 2.000 Euro
- 57 2.000 bis unter 3.000 Euro
- 69 3.000 Euro und mehr



## EINWOHNERZAHL

- 57 Land (<20.000 EW)
- 60 Kleine Städte (bis 100.000 EW)
- 60 Mittlere Städte (bis 500.000 EW)
- 62 Großstädte (ab 500.000 EW)

60<sup>+2</sup>

**Digital-Index**  
Deutschland gesamt

