

D21- Digital-Index 2024/25

Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft

aconium

ATRUVIA

aws

Deloitte.

digitalagentur
Thüringen

Google

HUAWEI

ING

O₂ Telefónica

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Premiumpartner*innen

BARMER

Capgemini

strategy&
Part of the PwC network

Classic Partner*innen

Bundesagentur für Arbeit

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

KANTAR

didacta

kompetenzz

mc-quadrat

Unterstützer*innen

Auf einen Blick

Warum machen wir die Studie?

Der D21-Digital-Index ist Deutschlands wichtigstes Lagebild zur Digitalisierung der Gesellschaft. Er zeigt, wie tief die digitale Transformation verschiedene Lebensbereiche durchdringt und wie gut Bürger*innen mit den Anforderungen des Wandels umgehen können. Gleichzeitig offenbart er Spaltungen und Herausforderungen: Wer profitiert, wer droht abgehängt zu werden? Der D21-Digital-Index ist mehr als eine Analyse: Er ist Basis für wirkungsvolles Handeln von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, um die Resilienz im digitalen Wandel zu stärken und gemeinsam eine inklusive digitale Zukunft zu gestalten, in der alle von den Chancen der Digitalisierung profitieren.

Methodik



Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten



Hybride Erhebungsmethode

- Computergestützte persönlich-mündliche Interviews (CAPI)
- Computergestützte Online-Interviews (CAWI)



Stichprobenziehung und Gewichtung

Mehrfach geschichtete, bevölkerungsrepräsentative Zufallsstichprobe (CAPI); Schichtungskriterien sind Bundesländer, Regierungsbezirke, BIK-Gemeindetypen; Daten werden anschließend gewichtet nach Antreffbarkeit, Bundesländern, Gemeindetypen, Geschlecht, Alter, Bildung, Haushaltsgröße, Nationalität und Berufstätigkeit. Durch die Zusammenführung der CAPI- und der CAWI-Stichprobe mittels Designgewichtung ist eine Übertragung auf die Grundgesamtheit möglich (Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung sind 70,483 Millionen Personen ab 14 Jahren).



Anzahl der Interviews und Befragungszeitraum

A Strukturbefragung zur Ermittlung von Grundlagendaten der Internetnutzung:

- Durchführung von 34.257 Interviews in Deutschland (davon 14.569 persönliche Interviews und 19.688 Online-Interviews)
- Befragungszeitraum: August 2023 bis Juli 2024



B Vertiefungsbefragung zur Ermittlung des »Digital-Index« und der Typologie »Digitale Gesellschaft«:

- Durchführung von 7.237 Interviews in Deutschland (davon 2.129 persönliche Interviews und 5.108 Online-Interviews)
- Befragungszeitraum: Juli 2024

Inhalt

Editorial

Vorwort	4
Digitalpolitisches Monitoring	5
Executive Summary	6

Digitale Gesellschaft 10

Lagebild und Zukunftsfähigkeit	12
Die Digitale Gesellschaft im Blick	13
Personas der Digitalen Gesellschaft	14
Exkurs – Vermeider*innen im Detail	15

Künstliche Intelligenz 16

Wie wird Künstliche Intelligenz genutzt?	18
Akzeptanzfaktoren Künstlicher Intelligenz	19

Digitale Bildung und Kompetenzen 20

Lebenslanges Lernen	22
Basiskompetenzen und Digital Skills Gap	23

Digitale Wertschöpfung 26

Arbeitswelt heute und morgen	28
Wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit	29

Digitaler und grüner Wandel 30

Wissen und Einstellung der Bürger*innen	32
Digitalisierung für ökologische Nachhaltigkeit nutzen	33

Information und Kommunikation 34

Informations- und Kommunikationsverhalten	36
Informations- und Kommunikationskompetenzen	38

Anhang

Impressum	40
Lesehilfe und Darstellungshinweise	41

Vorwort



»Digitalisierung darf nicht spalten – sie kann und muss verbinden: Generationen, Bildungsschichten und Regionen.«

Unsere Gesellschaft befindet sich inmitten eines tiefgreifenden Wandels – die digitale Transformation eröffnet immense Chancen, bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Der diesjährige D21-Digital-Index zeigt, wie unterschiedlich die Menschen in Deutschland diesen Wandel erleben: 36 Prozent der Bürger*innen zählen zu den Digitalen Profis, die kompetent mit dem Wandel umgehen. 15 Prozent hingegen sind Digitale Vermeider*innen und haben damit kaum oder gar nicht teil an der Digitalen Gesellschaft. Warum ist uns dieses Lagebild so wichtig?

Weil es deutlich macht, wo wir als Gesellschaft stehen, welche Spaltungen bestehen und welche Schritte auf dem Weg zu einer demokratischen und inklusiven digitalen Zukunft nötig sind. Viele Menschen fühlen sich von der Dynamik der Digitalisierung überfordert und sind unsicher, wie sie Entwicklungen einordnen sollen. Dies birgt die Gefahr, dass Teile der Gesellschaft den Anschluss verlieren oder sich bewusst zurückziehen – das dürfen wir nicht zulassen. Genau

hier setzt der D21-Digital-Index an: Er zeigt Fortschritte in der digitalen Transformation, aber auch die Bereiche, in denen gemeinsames Handeln erforderlich ist. Ein Beispiel für die Notwendigkeit solcher gesamtgesellschaftlichen Anstrengung ist die Stärkung der Resilienz der Bürger*innen im digitalen Wandel. Diese beschreibt die Anpassungs- und Zukunftsfähigkeit und entscheidet damit maßgeblich, ob jemand nicht nur jetzt, sondern auch in Zukunft von den Chancen der Digitalisierung profitieren kann. Menschen mit einer hohen Resilienz begegnen Veränderungen mit einem Grundoptimismus und dem

Vertrauen in die eigene Fähigkeit, diese Veränderungen bewältigen zu können, statt sich bedroht zu fühlen. In Zeiten, in denen der technologische Wandel immer schneller voranschreitet und einen großen Einfluss auf die Gesellschaft hat, ist dieser Grundoptimismus zentral, um Spaltungen und Polarisierungen, die unsere Demokratie gefährden, entgegenzuwirken.

Für uns ist der D21-Digital-Index mehr als eine Analyse. Er ist ein zentraler Baustein unserer Vision, eine selbstbestimmte, inklusive und lebenswerte digitale Zukunft zu schaffen. Als Deutschlands größtes gemeinnütziges Netzwerk für die Digitale Gesellschaft verstehen wir uns als Initiatorin, Think Tank und Debattenraum. Unser Ziel ist es, nicht nur den Status quo sichtbar zu machen, sondern gemeinsam mit unserem Netzwerk aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft konkrete Wege in eine bessere digitale Zukunft zu entwickeln.

Lassen Sie uns die Erkenntnisse des diesjährigen D21-Digital-Index als Aufruf zum Handeln verstehen. Digitalisierung darf nicht spalten – sie kann und muss verbinden: Generationen, Bildungsschichten und Regionen. Gemeinsam können wir eine inklusive digitale Zukunft gestalten, in der niemand zurückgelassen wird.

Daher mein Appell an Sie: Lassen Sie uns zusammenarbeiten! Kommen Sie auf uns zu, bringen Sie Ihre Ideen ein und wirken Sie mit an einer Gesellschaft, die Chancen eröffnet und verbindet. Die Zukunft ist nicht vorherbestimmt – mit Mut, Vernunft und bewusstem Willen zum Handeln können wir sie gestalten. Packen wir's an!

Herzlich,

Ihr Marc Reinhardt

Präsident Initiative D21 e.V.

Digitalpolitisches Monitoring


Eine Beschreibung der betrachteten Ziele der Digitalstrategie der Bundesregierung finden Sie unter diesem QR-Code.




Alle profitieren von Digitalisierung.

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

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237)

Generationen 	2022	2023	2024
Generation Z+	73%	70%	66%
Generation bis 1945	21%	25%	16%

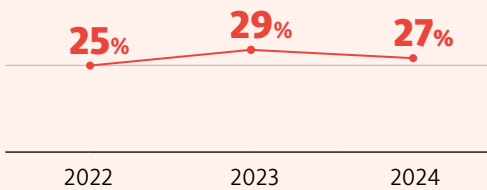
Bildung 	2022	2023	2024
Niedrige Bildung	37%	35%	34%
Hohe Bildung	71%	69%	70%

Bevölkerung	2022	2023	2024
	55%	53%	53%

Beschäftigungschancen werden genutzt.

Anteil Berufstätiger, die formale Angebote zur Weiterbildung in digitalen Themen wahrgenommen haben.

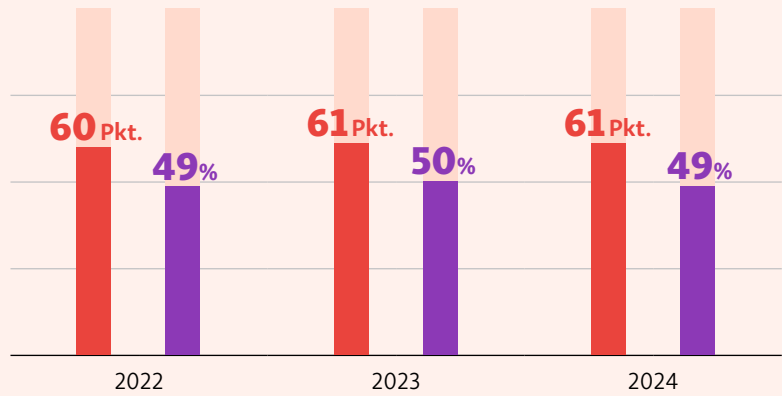
Basis: Berufstätige (2024: n=4.449)



Digitalkompetenzen werden verbessert.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237); Angaben in Index-Punkten von 0 bis 100 und in Prozent

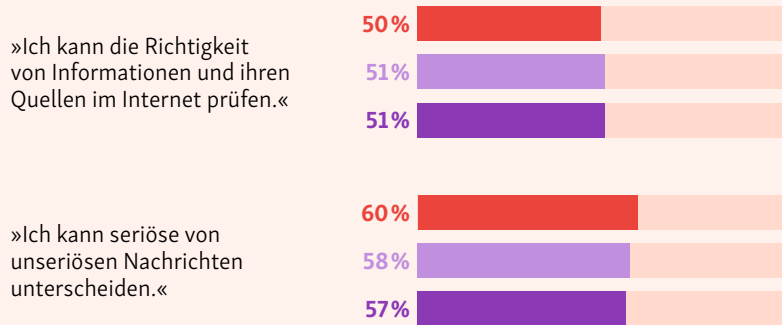
■ Kompetenz-Index ■ Digitale Basiskompetenzen



Desinformation wird mit Nachrichtenkompetenz bekämpft.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237)

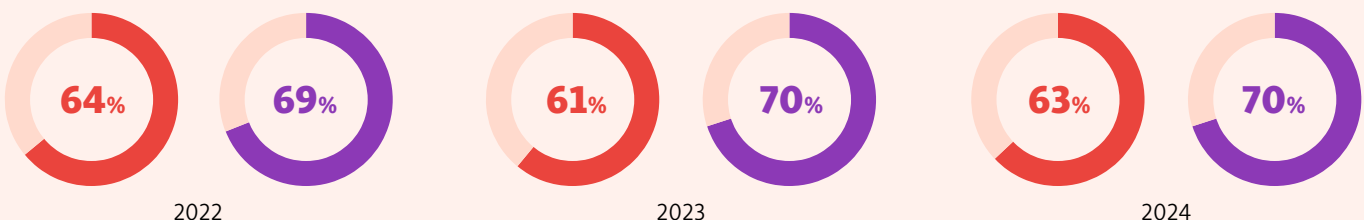
■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



Lebenslanges Lernen stärkt Teilhabe und Resilienz.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237)

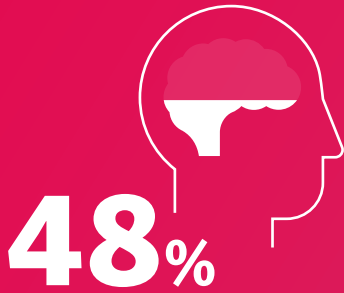
■ Resilienz-Indikator ■ Aneignung von Wissen zu digitalen Themen (formal wie informell) in den letzten 12 Monaten



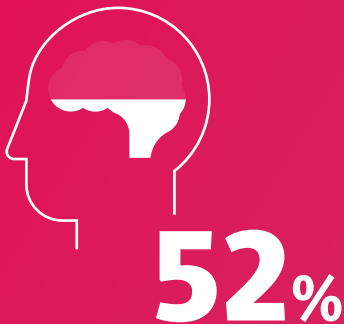
Executive Summary

Stimmungslage im digitalen Wandel

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)



beträgt der Anteil der eher aufgeschlossenen Personas (Aufgeschlossene Mitte und Zuversichtliche Profis).



beträgt der Anteil der eher distanzierteren Personas (Genügsame Verdränger*innen [Offliner*innen], Zufriedene Aussitzer*innen, Ablehnende Mitte und Ambivalente Profis).

Digitale Gesellschaft

48 Prozent der Bürger*innen sehen in der Digitalisierung bereits eine Chance für persönliche und berufliche Entwicklung. Nun gilt es, die andere Hälfte gezielt zu unterstützen, damit auch sie profitieren kann.

Resilienz im digitalen Wandel ist die Fähigkeit, auf Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung zu reagieren und sie bewusst mitzugestalten. Dabei geht es nicht nur um Krisenbewältigung, sondern auch um vorausschauende Anpassung und aktive Gestaltung. Diese Fähigkeit ist die Grundlage für gesellschaftliche und berufliche Teilhabe. Wer hingegen nicht resilient ist, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren.

Aktuell sind 63 Prozent der Menschen in Deutschland gut auf den digitalen Wandel vorbereitet und verfügen über wichtige Resilienzfaktoren. Allerdings gibt es deutliche Ungleichheiten: Männer (68 Prozent) schneiden besser ab als Frauen (58 Prozent), und Menschen mit höherem Bildungsniveau (78 Prozent) oder Einkommen (77 Prozent) sind resilienter als solche mit niedrigem Bildungsniveau (43 Prozent) oder geringem Einkommen (49 Prozent). Ältere Generationen sind oft weniger resilient als jüngere. Diese Spaltungen zu überwinden, ist essenziell, um soziale Disparitäten abzubauen und die Innovationskraft und soziale Stabilität Deutschlands zu sichern.

Der digitale Wandel eröffnet unserer Gesellschaft vielfältige Möglichkeiten: Fast die Hälfte der Menschen (48 Prozent) sieht darin eine Chance für persönliche und berufliche Entwicklung. Diese Menschen zeichnen sich durch hohe digitale Resilienz aus (durchschnittlich 88 Prozent) – sie entwickeln ihre Kompetenzen kontinuierlich weiter und gestalten den digitalen Wandel selbstbewusst mit. Diese positive Grundeinstellung zahlt sich aus: Menschen mit hoher digitaler Resilienz sind besser auf die Anforderungen der digitalen Transformation vorbereitet, eignen sich häufiger neue Fähigkeiten an und erkennen den konkreten Mehrwert digitaler Anwendungen für ihren Alltag.

Deutschland steht nun vor der Aufgabe, auch die andere Hälfte der Bevölkerung auf diesem Weg mitzunehmen. Rund 52 Prozent stehen dem Wandel distanziert, skeptisch oder ablehnend gegenüber.

Diese Gruppe sieht in der Digitalisierung vor allem Herausforderungen. Ihre Resilienz ist gering (im Schnitt 35 Prozent): Wer die Digitalisierung ablehnt, bemüht sich weniger, mit der Entwicklung Schritt zu halten. Besonders im Fokus stehen dabei die 4,2 Millionen Offliner*innen. Während Desinteresse als Grund für Nichtnutzung stark zurückgeht (minus 14 Prozentpunkte), steigt die empfundene Komplexität (plus 3 Prozentpunkte). Dies zeigt ein wachsendes Bewusstsein für die Bedeutung digitaler Teilhabe – und eröffnet Chancen für gezielte Unterstützungsmaßnahmen.

Eine positive Einstellung zur Digitalisierung ist der Schlüssel zur erfolgreichen digitalen Transformation. Die gute Nachricht: Digitale Resilienz ist erlernbar. Durch besseren Zugang, passgenaue Bildungsangebote und die Vermittlung konkreter Vorteile der Digitalisierung kann sie gezielt gestärkt werden. Die hohe Resilienz bei der Hälfte der Bevölkerung bietet dafür eine hervorragende Basis.

Künstliche Intelligenz

KI prägt zunehmend Alltag und Arbeitswelt, doch bei ihrer Nutzung zeigen sich bekannte Spaltungen: 60 Prozent der Menschen mit hohem, aber nur 17 Prozent mit niedrigem Bildungsniveau nutzen KI.

Künstliche Intelligenz entwickelt sich in Deutschland zunehmend von einer Zukunftstechnologie zu einem praktischen Werkzeug für Alltag und Arbeitswelt. Die Studienergebnisse zeigen eine dynamische Entwicklung: Ein Viertel der Bevölkerung nutzt bereits ChatGPT (plus 7 Prozentpunkte); weitere KI-Anwendungen wie Microsoft Copilot (7 Prozent) und Google Gemini (6 Prozent) etablieren sich ebenfalls. Besonders die Generation Z+ verdeutlicht mit einer KI-Nutzungsrate von 68 Prozent das Potenzial dieser Technologien. In der Nutzung zeigen sich aber auch deutliche Unterschiede: Während 60 Prozent der Personen mit hohem Bildungsabschluss KI-Anwendungen nutzen, sind es bei niedrigem Bildungsniveau 17 Prozent. KI-Kompetenzen müssen also gezielt und inklusiv gefördert werden. Die Motivation zur KI-Nutzung ist der praktische Mehrwert: Die Menschen schätzen vor allem die Erleichterung des Alltags

(33 Prozent), die Zeitersparnis (28 Prozent) und kostenlose Angebote (28 Prozent). Eine klare Orientierung am konkreten Nutzen bildet eine solide Basis für die weitere Verbreitung von KI-Anwendungen. Die verschiedenen Generationen setzen dabei unterschiedliche Schwerpunkte: Für die Generation Z+ steht die Zeitersparnis im Vordergrund, während hohe Kosten für sie die größte Hürde darstellen. Die Generationen Y und X sowie die Babyboomer*innen sehen die Erleichterung alltäglicher Abläufe als wichtigsten Nutzen, wobei ältere Generationen zusätzlich besonders auf Datensicherheit achten. Unterschiedliche Zielgruppen erreicht man also mit unterschiedlichen Argumenten.

Für die weitere Entwicklung spielt Vertrauenswürdigkeit eine Schlüsselrolle. Die Menschen müssen darauf vertrauen können, dass KI-Anwendungen verantwortungsvoll entwickelt und eingesetzt werden – insbesondere in Bezug auf Datenschutz und Datensicherheit sowie die Qualität KI-generierter Informationen. Dass 43 Prozent der Nutzer*innen KI-Anwendungen als Suchmaschinen verwenden, zeigt, wie wichtig eine hohe Vertrauenswürdigkeit ist.

Die bisherige Entwicklung zeigt: KI hat das Potenzial, ein selbstverständliches und nützliches Werkzeug im Alltag zu werden. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Kombination von praktischem Nutzen, einfacher Bedienbarkeit und verantwortungsvoller Gestaltung. Die hohe Akzeptanz bei jüngeren Generationen bietet eine vielversprechende Grundlage für eine breitere gesellschaftliche Nutzung dieser Zukunftstechnologie.

Digitale Bildung und Kompetenzen

Nur 49 Prozent der Deutschen verfügen über digitale Basiskompetenzen. Eine umfassende Kompetenzoffensive ist notwendig, um ambitionierte Fortschritte zu erzielen und das noch weit entfernte EU-Ziel zu erreichen.

Digitale Kompetenzen sind heute eine Schlüsselqualifikation und zentraler Treiber für Resilienz im digitalen Wandel sowie für aktive Teilhabe an der Digitalen Gesellschaft. Die Europäische Kommission hat das Ziel gesetzt, 80 Prozent der Bevölkerung bis 2030 mit digitalen Basiskompetenzen auszustatten. Doch Deutschland ist von diesem Ziel noch weit entfernt: Derzeit verfügen lediglich 49 Prozent der Bevölkerung über grundlegende digitale Fähigkeiten – eine Zahl, die seit 2 Jahren stagniert.

Ambitionierte Fortschritte sind nötig, um das Ziel bis 2030 zu verwirklichen. Ermutigend ist die hohe digitale Kompetenz in einigen Alltagsbereichen: 81 Prozent der Menschen finden Informationen im Internet, 82 Prozent beherrschen den Umgang mit Fotos und Videos auf dem Smartphone und 74 Prozent sind sicher im Umgang mit Textprogrammen. Diese praktischen Fähigkeiten bieten eine solide Basis, auf der sich weitere digitale Kompetenzen aufbauen lassen.

Lebenslanges Lernen ist dabei ein entscheidender Erfolgsfaktor: Drei Viertel der Bevölkerung haben sich im letzten Jahr aktiv neue digitale Kenntnisse angeeignet. Besonders vielversprechend ist die hohe Bereitschaft zum eigenständigen Lernen – viele eignen sich digitale Fähigkeiten eigeninitiativ durch Ausprobieren oder Online-Recherche an.

Mit der zunehmenden Bedeutung komplexer Technologien wie KI wird aber klar, dass auch systematische Kompetenzentwicklung nötig ist. Gerade im beruflichen Kontext steigen die Anforderungen an digitalen Kompetenzen. Um Beschäftigungsfähigkeit und Innovationskraft langfristig zu sichern, müssen formale Weiterbildungsangebote stärker angeboten und genutzt werden. Ohne ausreichende digitale Kompetenzen in der Bevölkerung wird es für Unternehmen zunehmend schwieriger, qualifizierte Mitarbeiter*innen zu finden, was die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft gefährden kann.

Hier liegt eine große Chance für das Bildungssystem: Schulen können durch frühzeitige und fundierte Vermittlung digitaler Kompetenzen den Grundstein für erfolgreiche Bildungs- und Berufsbiografien legen. Unterschiede zeigen sich insbesondere nach Bildungsgrad (hoch vs. niedrig), etwa bei der Online-Informationssuche (91 Prozent vs. 62 Prozent) oder bei der kritischen Prüfung von Quellen (68 Prozent vs. 29 Prozent). Maßgeschneiderte Unterstützungsangebote können entscheidend dazu beitragen, diesen »Digital Skills Gap« zu schließen.

Die erfolgreiche Kompetenzentwicklung in vielen Bevölkerungsgruppen zeigt: Digitale Kompetenzen sind erlernbar und lassen sich durch passende Bildungsangebote systematisch stärken. Die Entwicklung digitaler Kompetenzen ist damit eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Die erreichten Fortschritte und die hohe Lernbereitschaft in der Bevölkerung bilden eine vielversprechende Grundlage für eine inklusive Gestaltung der digitalen Transformation. Eine koordinierte Bildungsoffensive kann helfen, das vorhandene Potenzial noch besser zu nutzen und die digitale Zukunftsfähigkeit Deutschlands nachhaltig zu stärken.

43%

nutzen KI-Anwendungen als Suchmaschine.

Basis: KI-Nutzer*innen (n=3.235)

49%

verfügen über digitale Basiskompetenzen.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

Digitale Wertschöpfung

Die transformative Kraft von KI wird unterschätzt: Viele betrachten sie als nützliches Werkzeug für unliebsame Aufgaben, vermuten aber keine grundlegende Veränderung ihres Arbeitsplatzes.

Die digitale Transformation ist ein zentraler Treiber für die Zukunftsfähigkeit der deutschen Wirtschaft. Um die Potenziale der Digitalisierung voll auszuschöpfen, muss sie aktiv gestaltet werden. Viele Unternehmen zeigen eine hohe Bereitschaft, sich den Herausforderungen der Digitalisierung zu stellen: 54 Prozent der Berufstätigen sehen ihre Organisationen auf einem guten Weg, um im nationalen und internationalen Wettbewerb digital zu bestehen. Dabei gibt es aber deutliche Branchenunterschiede: Besonders der technische Bereich (77 Prozent) setzt digitale Transformation erfolgreich um und könnte als Vorbild für andere Branchen dienen, die noch am Anfang ihrer digitalen Reise stehen.

Arbeitgeber*innen punkten bei (potenziellen) Mitarbeitenden bereits, wenn sie digitale Anwendungen etablieren und mobiles Arbeiten ermöglichen. Der Einsatz innovativer Technologien wie KI spielt für die Bewertung der Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens durch die meisten Beschäftigten eine untergeordnete Rolle. Dabei eröffnet die Integration von KI völlig neue Möglichkeiten für Produktivität und Innovation. 50 Prozent der Berufstätigen sehen KI als willkommene Unterstützung bei monotonen Aufgaben und erkennen das Potenzial, die eigene Arbeit einfacher und interessanter zu gestalten. Nur 15 Prozent fürchten, durch KI nicht mehr gebraucht zu werden.

Die kontinuierliche Weiterentwicklung digitaler Kompetenzen erweist sich dabei als Schlüssel: In einer Arbeitswelt, die sich durch Automatisierung, KI und flexible Arbeitsformen stetig wandelt, reicht das während der Erstausbildung erworbene Wissen nicht mehr aus. Aktuell klafft aber eine deutliche Lücke zwischen dem wachsenden Bedarf an digitalen Kompetenzen und der Weiterbildungsbeteiligung. 63 Prozent der Berufstätigen – auch in bislang weniger digitalisierten Bereichen – benötigen digitale Fähigkeiten. Oft unterschätzen sie aber diesen Bedarf und nutzen entsprechende Weiterbildungsangebote nur begrenzt. Lediglich 16 Prozent haben im vergangenen Jahr von ihren Arbeitgebern finanzierte Weiterbildungsangebote zu digitalen Themen wahrgenommen. Häufig sind mangelndes Interesse oder ein nicht erkanntes Erfordernis die Ursache – weniger ein fehlendes Angebot seitens der Unternehmen.

Eine zentrale Aufgabe besteht also darin, die transformative Kraft neuer Technologien noch besser zu vermitteln. Der technologische Wandel wird die Arbeitswelt weiter verändern: 77 Prozent der Befragten erwarten, dass bestimmte Tätigkeiten oder Berufe bis 2035 durch die Digitalisierung verschwinden werden. Dieses Bewusstsein bietet die Chance, den Wandel proaktiv zu gestalten. Dafür ist es jedoch notwendig, die Veränderung noch stärker auf den eigenen Arbeitsplatz zu beziehen und den »Vogel-Strauß-Effekt« zu überwinden.

Digitaler und grüner Wandel

28 Prozent nutzen bereits digitale Tools für den Klimaschutz – damit noch mehr nachziehen, braucht es bessere Informationen über die Umweltauswirkungen digitaler Anwendungen.

Der digitale und der grüne Wandel sind eng miteinander verknüpft. Die Digitalisierung bietet ein enormes Potenzial, den ökologischen Wandel zu beschleunigen und Klimaziele zu erreichen. Gleichzeitig bringt sie jedoch auch Risiken für die Umwelt mit sich, die es zu minimieren gilt.

Im Jahr 2021 nahm noch jeweils etwa ein Drittel der Bevölkerung an, dass die Digitalisierung entweder positiv oder negativ auf die Umwelt wirkt. In den letzten Jahren hat sich jedoch eine Art »Digitalisierungsmüdigkeit« eingestellt: Viele sehen heute die Digitalisierung weder als Chance noch als Gefahr für den Umwelt- und Klimaschutz.

Dennoch betrachtet ein Teil der Gesellschaft die Digitalisierung als wichtigen Hebel für Klimaschutz und Nachhaltigkeit. 28 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzen digitale Tools, um ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern. Diese Pionier*innen zeigen, wie digitale Innovationen konkret zu mehr Nachhaltigkeit beitragen können – sei es durch die Nutzung von Online-Diensten der Sharing Economy, den Einsatz von Smart-Home-Systemen für effizientes Energiemanagement oder die gezielte Informationsbeschaffung über die Umweltauswirkungen ihres Konsumverhaltens. Besonders die digital-affinen jüngeren Generationen sowie Menschen mit hohem Bildungsabschluss gehen hier mit gutem Beispiel voran.

54%

der Berufstätigen sehen ihre Organisationen in der Lage, im nationalen und internationalen Wettbewerb digital mitzuhalten.

Basis: Berufstätige Onliner*innen (n=3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt

28%

der Bevölkerung nutzen digitale Anwendungen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

Damit mehr Menschen diesem Vorbild folgen, ist eine größere Transparenz über die Umweltauswirkungen digitaler Anwendungen notwendig: 44 Prozent vermissen hier oft relevante Informationen – es besteht großes Interesse an fundierten Entscheidungsgrundlagen für umweltbewusstes digitales Verhalten.

Die Mehrheit der Bevölkerung sieht die größten Hebel für eine nachhaltige Digitalisierung eher auf systemischer als auf individueller Ebene – das zeigt der D21-Digital-Index 2023/24. Diese Einschätzung ist zutreffend, gleichzeitig unterschätzen viele ihre indirekten Einflussmöglichkeiten als Konsument*innen, Kund*innen und Wähler*innen. Hier liegt ein wichtiges Potenzial für mehr Beteiligung: Nur wenn es gelingt, die Bedeutung des digitalen und grünen Wandels in der Gesellschaft zu verankern und die Menschen aktiv einzubeziehen, kann die Transformation zu einer nachhaltigen Zukunft gelingen.

Information und Kommunikation

Die wachsende Verfügbarkeit digitaler Informationsquellen bietet große Chancen für gesellschaftliche Teilhabe und demokratischen Diskurs. Um sie zu erschließen, müssen Informations- und Medienkompetenz ausgebaut werden.

Die digitale Transformation hat die Art und Weise, wie wir kommunizieren und uns informieren, grundlegend verändert und bereichert. Digitale Werkzeuge wie Suchmaschinen (90 Prozent) und Instant-Messaging-Dienste (86 Prozent) sind generationsübergreifend zu unverzichtbaren Informations- und Kommunikationsmitteln geworden. Besonders bei jüngeren Generationen etablieren sich innovative Formen der Informationsbeschaffung und Kommunikation: 33 Prozent der Generation Z+ greifen verstärkt auf KI-gestützte Anwendungen als Suchmaschinen zurück, 55 Prozent nutzen die rein videobasierte Plattform TikTok.

Diese hohe Durchdringung birgt sowohl Chancen als auch Risiken. Einerseits schafft sie neue Möglichkeiten für Dialog, Informationsaustausch und gesellschaftliche Teilhabe – ein Potenzial, das bereits 37 Prozent der Befragten erkennen. Andererseits fördert die Digitalisierung die Verbreitung von Falschinformationen, die Manipulation der öffentlichen Meinung und die Polarisierung der Gesellschaft. Etwa jede*r Vierte sieht daher in der Digitalisierung eine potenzielle Gefahr für die Demokratie.

Die politische Meinungsbildung verlagert sich zunehmend in soziale Medien: 11 Prozent der Befragten informieren sich ausschließlich dort über politische Themen; bei der Generation Z+ sind es sogar 29 Prozent. Weitere 30 Prozent kombinieren soziale und klassische Medien als Informationsquellen. Gesellschaftliche Gruppen, die über klassische Medien schwerer zugänglich sind, können so erreicht werden. Gleichzeitig informieren sich Schüler*innen (26 Prozent) und »Digital Natives« (Generation Z+: 16 Prozent, Generation Y: 14 Prozent) überdurchschnittlich häufig gar nicht über politische Themen.

In sozialen Netzwerken können sich aber auch Falschinformationen und Propaganda schneller und leichter verbreiten. Hinzu kommt, dass die Glaubwürdigkeit von Quellen in sozialen Medien oft schwerer zu bewerten ist – eine Herausforderung, der sich 51 Prozent gewachsen sehen. Die Chancen, die in der wachsenden Verfügbarkeit digitaler Informationsquellen liegen, können nur erschlossen werden, wenn gleichzeitig gezielt die Informations- und Medienkompetenz gestärkt wird.

Während sich digitale Technologien rasant weiterentwickeln und KI-generierte Inhalte zunehmend verbreitet sind, stagnieren die Informationskompetenzen der Bevölkerung – ein kritischer Schwachpunkt. Viele äußern Schwierigkeiten dabei, Informationen im digitalen Raum kritisch zu bewerten: Es geben zwar 57 Prozent der Befragten an, unseriöse Nachrichten erkennen zu können, gleichzeitig vertrauen aber 44 Prozent darauf, dass Suchmaschinen ausschließlich vertrauenswürdige Quellen anzeigen. Durch diesen »Automation Bias« werden Ergebnisse von Suchmaschinen und Algorithmen oft unkritisch übernommen. Kritisches Denken und Hinterfragen wird damit zur Schlüsselkompetenz im Umgang mit Falschinformationen.

11%

informieren sich ausschließlich in sozialen Medien über politische Themen.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

Fazit: Lust auf Zukunft als Antrieb für den digitalen Wandel

Der D21-Digital-Index 2024/25 zeigt: Die digitale Transformation braucht inspirierende Zukunftsbilder, die den Menschen die Mehrwerte der Digitalisierung greifbar machen und sie motivieren, sich aktiv einzubringen. Klare Ziele und das Gefühl, selbst mitgestalten und profitieren zu können, sind entscheidend, damit sie bereit sind, Zeit und Energie darin zu investieren, digitale Technologien zu verstehen und zu lernen, diese für ihre Zwecke einzusetzen. Dieses Erleben von Selbstwirksamkeit ist in einer Zeit der gesellschaftlichen Herausforderungen essenziell, um Spaltungen zu überwinden. Mit positiven Zukunftsvisionen kann die digitale Transformation nicht nur gelingen, sondern zu einem Motor für gesellschaftlichen Zusammenhalt werden – wenn wir sie gemeinsam aktiv gestalten.

Digitale Gesellschaft

Relevanz

Der digitale Wandel ist mehr als technischer Fortschritt – er formt die Gesellschaft und stellt uns vor die Aufgabe, ihn aktiv und inklusiv zu gestalten. Um sicherzustellen, dass alle Bürger*innen von den Chancen profitieren können, ist es wichtig, ihren Zugang zur digitalen Welt, ihr Nutzungsverhalten, ihre digitalen Kompetenzen sowie ihre Einstellung zum digitalen Wandel zu messen. So können wir Spaltungen erkennen und Resilienz im digitalen Wandel gezielt stärken. Unterschiedliche Herangehensweisen beeinflussen maßgeblich, ob Menschen vom technologischen Fortschritt profitieren können. Sie zu verstehen, hilft uns, Polarisierung und wachsende Ungleichheit zu vermeiden und die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft zu sichern.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Digitale Resilienz zur Stärkung der vernetzten Gesellschaft

Resilienz wird in der digitalen Gesellschaft immer wichtiger. Organisationen und Verwaltungen müssen präventiv gestärkt werden, wofür klare Anforderungen an kritische Infrastrukturen nötig sind. Digitale Werkzeuge wie Digitale Zwillinge fördern transparente Informationsnutzung, Zusammenarbeit und frühzeitige Risikoerkennung. Hochwertige Daten sind essenziell für Schutzmaßnahmen. Es gilt, durch Informations- und Bildungsangebote die Resilienz aller Beteiligten zu stärken, um flexibel auf neue Herausforderungen reagieren zu können.

Tim Brauckmüller
Geschäftsführer aconium GmbH



INTERVIEW: EXPERT*INNEN

»Wenn man sich den Digitalisierungsgrad der Bevölkerung anschaut, zeigen sich auffällige Unterschiede bezogen auf die Merkmale Alter und die Bildungsabschlüsse. Die ältere Generation tut sich oft schwer mit den Eigenlogiken des Digitalen. Es ist wie beim Lernen einer Sprache: Der Zeitaufwand, den man leisten muss, steigt mit dem Alter, während Kinder spielend lernen; und wenn man nicht am Ball bleibt, vergisst man vieles oder wird vom Entwicklungstempo abgehängt.«

Prof. Dr. Jeanette Hofmann Forschungsgruppenleiterin, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)

Digital-Index

59 Pkt.



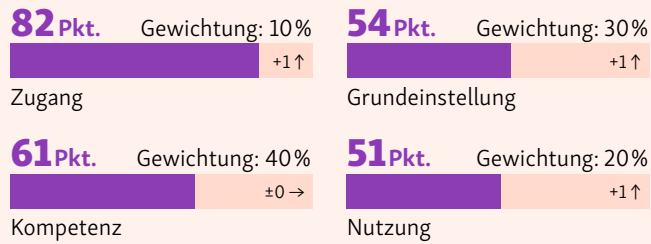
Digital-Index 2024/25

Die 4 Dimensionen des Digital-Index

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237);
Angaben in Index-Punkten von 0 bis 100;
Abweichungen in Index-Punkten

Der Digital-Index steigt um 1 Punkt und bleibt damit hinter dem rasanten digitalen Wandel zurück. Alarmierend ist die Stagnation bei der Kompetenz, einer zentralen Voraussetzung für aktive Teilhabe und Anpassungsfähigkeit in der digitalen Welt.

Dimensionen

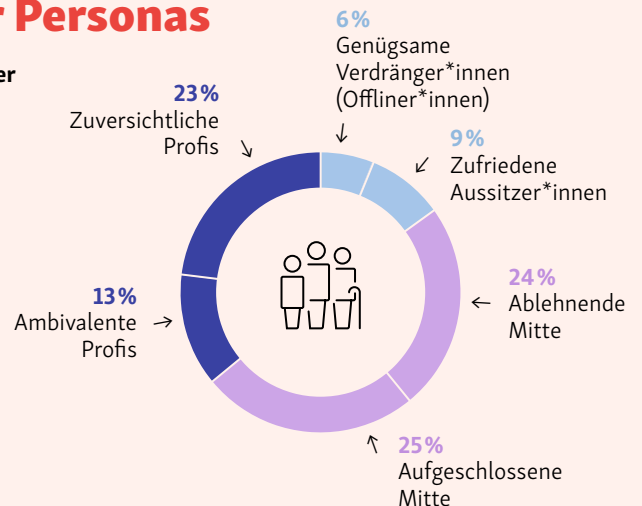


Anteile der Personas

Die 3 Hauptgruppen der Digitalen Gesellschaft

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

- Digitale Verweider*innen
- Digitale Mitte
- Digitale Profis



Resilienzindikator

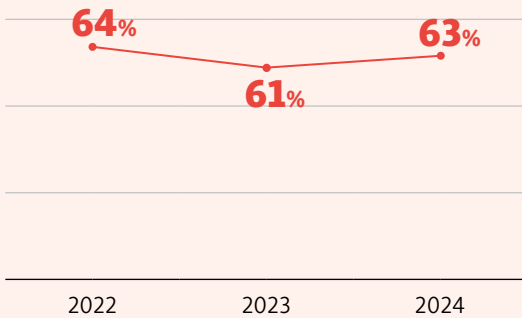
63%



der Bürger*innen sind für den digitalen Wandel gut gewappnet, da sie über mind. 3 der 5 Resilienzfaktoren verfügen.

Resilienzindikator im Zeitverlauf

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237)



Die 5 Resilienzfaktoren

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten

❗ Obwohl die Mehrheit über wichtige Resilienz-faktoren wie ein Verständnis für zukünftige Anforderungen verfügt, bedrohen der anhaltend hohe Anpassungsdruck und der wahrgenommene fehlende persönliche Vorteil die Zukunftsfähigkeit.



72%

»Jede*r muss auch selbst etwas tun, um mit der Digitalisierung Schritt zu halten.«



61%

»Ich glaube, dass man zukünftig technische Zusammenhänge im Digitalen verstehen muss oder sogar noch komplexere digitale Fähigkeiten braucht.«



60%

»Ich kann meine digitalen Kompetenzen kritisch einschätzen.«



53%

»Ich profitiere persönlich von der Digitalisierung.«



44%^{+4 ↑}

»Mich ständig an den digitalen Wandel anpassen zu müssen, setzt mich **nicht** unter Druck.«



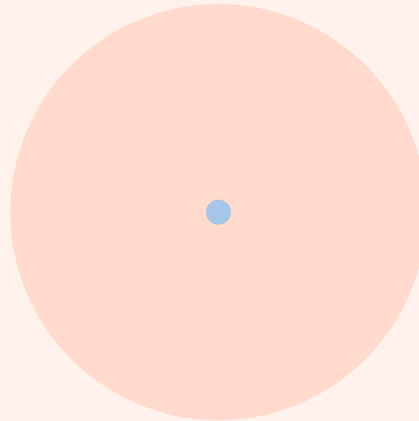
STATEMENT: PARTNER*INNEN

Digitale Resilienz: Wandel als Chance für eine zukunftsfähige Gesellschaft gestalten

Eine resiliente digitale Gesellschaft versteht den Wandel als Chance und gestaltet ihn aktiv mit. Im digitalen Zeitalter bedeutet Resilienz, nicht nur technologische Fähigkeiten zu stärken, sondern auch Vertrauen in digitale Kompetenzen zu fördern und eine verantwortungsbewusste Nutzung zu verankern. Nur so können wir auf Herausforderungen flexibel reagieren und langfristig eine zukunftsfähige digitale Gesellschaft schaffen.

Benjamin Hoffmann Principal Expert Sustainability, Atruvia AG

Offliner*innen



Anteil der Offliner*innen an der Digitalen Gesellschaft

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

6% 4,2 Mio.

Key Take-Aways

#1 Gezielte Maßnahmen nötig: Ohne gezielte Maßnahmen zur Stärkung der Resilienz könnten digitale Spaltungen künftig weiter zunehmen und gesellschaftliche Ungleichheiten verstärken.

#2 Anpassungsdruck und fehlender Nutzen: Ein hoher Anpassungsdruck und das Gefühl, kaum vom digitalen Wandel zu profitieren, gefährden die Zukunftsfähigkeit und hemmen die Bereitschaft zur Veränderung.

#3 Offliner*innen unterstützen und befähigen: Für Offliner*innen ist es entscheidend, durch ihr Umfeld nicht nur unterstützt zu werden, sondern auch befähigt, sich die digitale Welt selbstständig zu erschließen.

Lagebild und Zukunftsfähigkeit

Der Digitalisierungsgrad (Digital-Index-Wert) verschiedener Bevölkerungsgruppen spiegelt weitgehend ihre Zukunftsfähigkeit (Resilienzindikator) wider: Höhere Werte beim Digital-Index gehen meist mit größerer Resilienz im digitalen Wandel einher. Allerdings sind die Unterschiede in der Zukunftsfähigkeit zwischen den Bevölkerungsgruppen ausgeprägter als beim Digitalisierungsgrad – besonders zwischen Männern und Frauen sowie zwischen Personen mit hoher und mit niedriger Bildung. Diese Ungleichheiten könnten sich durch die fortschreitende Digitalisierung verschärfen und die gesellschaftliche Spaltung vertiefen. Mangelnde Resilienz birgt das Risiko, dass Menschen, die heute noch digital teilhaben, von den Veränderungen abgehängt werden.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Stärkung der Demokratie durch digitale Kompetenz

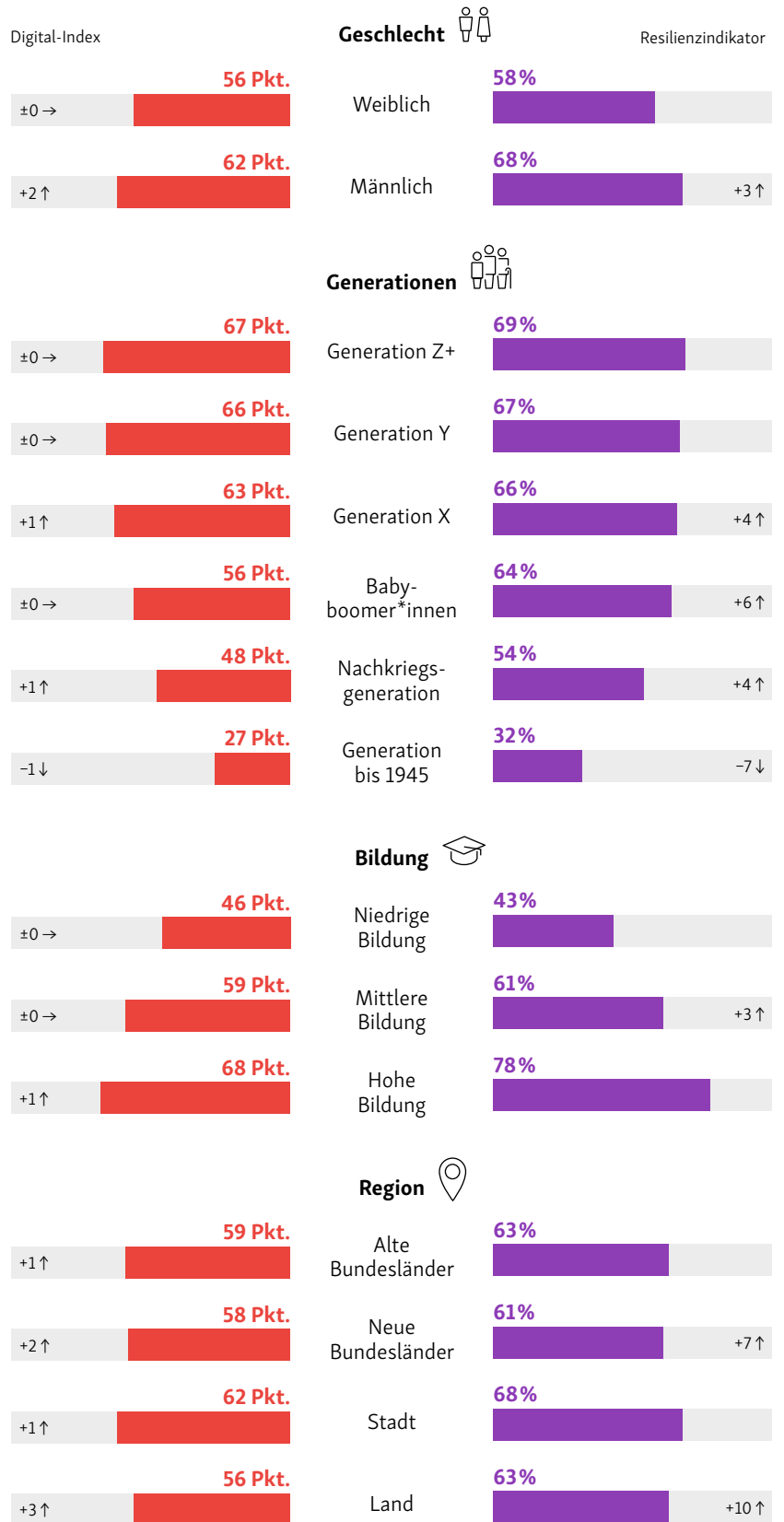
KI kann Informationen in ungekannter Menge erzeugen und verbreiten. Die enorme Menge an Informationen wird es den Menschen zunehmend schwer machen, die Wahrheit im Meer der Informationen zu erkennen. Für den Bestand unserer demokratischen Gesellschaft und den Schutz vor sozialer Spaltung ist es daher entscheidend, dass Bürgerinnen und Bürger befähigt sind, Desinformation zu erkennen.

Dr. Herbert Vogler
Geschäftsführer Digital-
agentur Thüringen GmbH



Digital-Index und Resilienzindikator nach demografischen Gruppen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Angaben in Index-Punkten von 0 bis 100 und in Prozent; Abweichungen in Index-Punkten und Prozentpunkten



Die Digitale Gesellschaft im Blick

Die Digitale Gesellschaft ist in ihrer Haltung zur Digitalisierung gespalten. Etwa 52 Prozent stehen dem Wandel distanziert, skeptisch oder ablehnend gegenüber. Sie sind oft offline oder wünschen es sich häufig, und sehen in der Digitalisierung wenig Mehrwert oder große Herausforderungen. Ihre Resilienz ist gering (im Schnitt 35 Prozent): Wer die Digitalisierung ablehnt, bemüht sich weniger, Schritt zu halten.

Die andere Hälfte (48 Prozent) blickt optimistisch und offen auf die Digitalisierung, erkennt Vorteile und eignet sich gern Wissen an, auch ohne beruflichen Zwang (siehe Grafik »Stimmungslage im digitalen Wandel«). Mit einem Resilienz-Wert von durchschnittlich 88 Prozent sind sie besser auf den digitalen Wandel vorbereitet, indem sie ihn aktiv und zuversichtlich angehen. Diese Haltung fördert ihre Zukunftsfähigkeit.

INTERVIEW: EXPERT*INNEN

Digitale Gesellschaft: Chancen nutzen, Spaltung überwinden

Die digitale Transformation erweitert die Möglichkeiten gesellschaftlicher Organisation. Sie verändert unser Zusammenleben in vieler Hinsicht, beispielsweise durch die Echtzeitkommunikation. Daraus ergeben sich aber auch neue Herausforderungen. So bilden wir das Leben heute in Daten ab, die gespeichert und immer neu verknüpft werden. Es entsteht eine Welt, die scheinbar nichts mehr vergisst. Zugleich erhöhen sich Dynamik und Betriebstemperatur im öffentlichen Diskurs. Schließlich brauchen wir Antworten auf Fragen hinsichtlich Überwachung, Energieverbrauch und Manipulation.

Ein zentrales Problem bleibt die Chancengleichheit. Studien zeigen, dass Bildungsreiche stärker von digitalen Diensten profitieren als Bildungsarme. Diese Kluft spiegelt sich auch im D21-Digital-Index wider. Um sie zu überwinden, braucht es eine umfassende Digitalisierung staatlicher Dienstleistungen und gezielte Unterstützung für Bürger*innen.

Ein Blick auf die globale Vielfalt der digitalen Welt lohnt sich. Asien zeigt nicht nur mit Super-Apps wie WeChat oder Line, dass der Markt für digitale Dienste mehr regionale Pluralität zulässt, als wir es für möglich halten, sondern auch, wie durch den Austausch zwischen den Generationen und durch spezifische Angebote ältere Generationen digitale Medien selbstverständlicher nutzen, als dies bei uns der Fall ist.

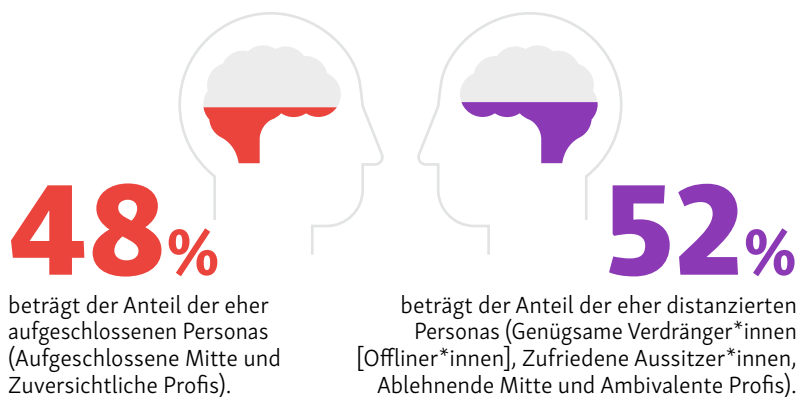
Prof. Dr. Jeanette Hofmann Forschungsgruppenleiterin, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)

Das ausführliche Interview finden Sie unter diesem QR-Code.



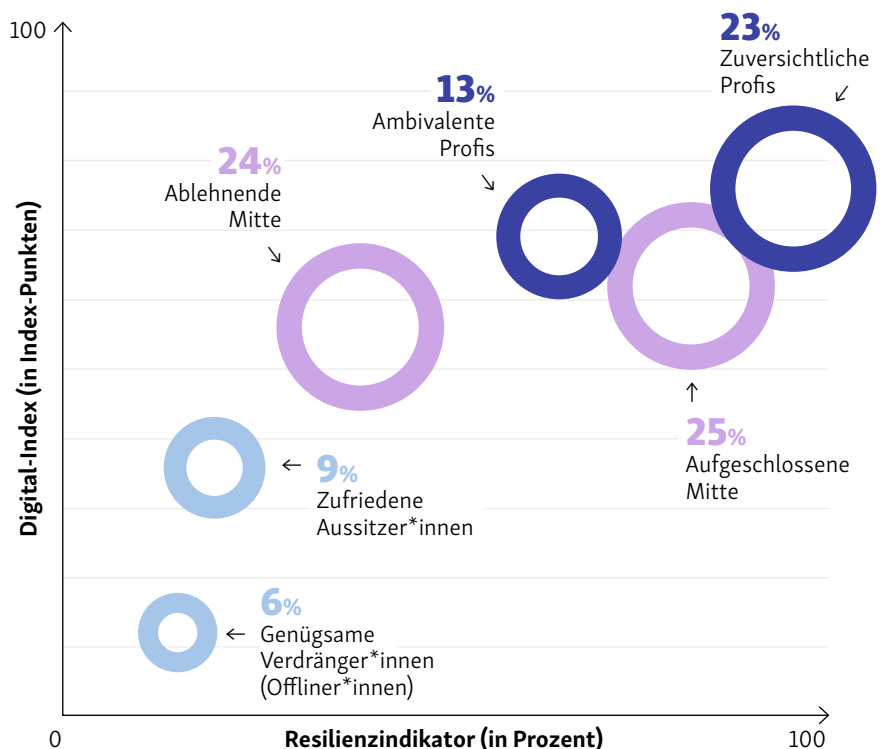
Stimmungslage im digitalen Wandel

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)



Verortung der digitalen Personas

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)



Personas der Digitalen Gesellschaft

Vermeider*innen sind überproportional oft Frauen, während die Profis häufig männlich sind. Zudem sind sie oft niedrig gebildet, während die Profis meist über eine hohe Bildung verfügen. Menschen mit Bürojobs zählen häufiger zu den Profis, während Personen ohne Job eher den Vermeider*innen oder der Mitte angehören. Diese Ungleichheiten zeigen: Faktoren wie Geschlecht, Bildung und Beruf beeinflussen die digitale Teilhabe und Kompetenz stark.

Digital-Index und Resilienzindikator nach Personas

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Angaben in Index-Punkten von 0 bis 100 und in Prozent; Abweichungen in Index-Punkten und Prozentpunkten

Personas	Digital-Index	Resilienzindikator
Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen)	12 Pkt. +1↑	15%
Zufriedene Aussitzer*innen	35 Pkt. +1↑	20%
Ablehnende Mitte	56 Pkt. +1↑	39% +5↑
Aufgeschlossene Mitte	62 Pkt. +1↑	82%
Ambivalente Profis	69 Pkt. ±0→	65%
Zuversichtliche Profis	76 Pkt. +1↑	95%

Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen)

Basis: Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen) (n=159)

»Kann ich nicht –
brauch' ich nicht.«



Bildung

Niedrige Bildung	80% +4↑
Mittlere Bildung	15% -3↓
Hohe Bildung	5%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	2%
Ohne Bürojob	7%
Kein Beruf	90% -3↓

Ablehnende Mitte

Basis: Ablehnende Mitte (n=1.741)

»Wo soll das noch
alles hinführen?«



Bildung

Niedrige Bildung	31%
Mittlere Bildung	39%
Hohe Bildung	27%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	21%
Ohne Bürojob	35%
Kein Beruf	41%

Ambivalente Profis

Basis: Ambivalente Profis (n=1.116)

»Zur Digitalisierung
sag' ich »jein.«



Bildung

Niedrige Bildung	17%
Mittlere Bildung	28%
Hohe Bildung	47%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	43%
Ohne Bürojob	28%
Kein Beruf	27%

Zufriedene Aussitzer*innen

Basis: Zufriedene Aussitzer*innen (n=458)

»Das Nötigste reicht
mir vollkommen aus.«



Bildung

Niedrige Bildung	55%
Mittlere Bildung	27% -4↓
Hohe Bildung	14%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	8% -3↓
Ohne Bürojob	30%
Kein Beruf	59%

Aufgeschlossene Mitte

Basis: Aufgeschlossene Mitte (n=1.901)

»Auf die Digitalisierung
will ich nicht
mehr verzichten.«



Bildung

Niedrige Bildung	31% -4↓
Mittlere Bildung	38% +3↑
Hohe Bildung	27%

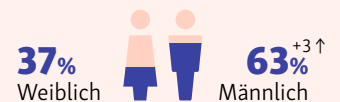
Berufstätigkeit

Mit Bürojob	15%
Ohne Bürojob	30% -3↓
Kein Beruf	54%

Zuversichtliche Profis

Basis: Zuversichtliche Profis (n=1.862)

»Die Zukunft ist digital
und das ist auch gut so!«



Bildung

Niedrige Bildung	5%
Mittlere Bildung	21%
Hohe Bildung	69%

Berufstätigkeit

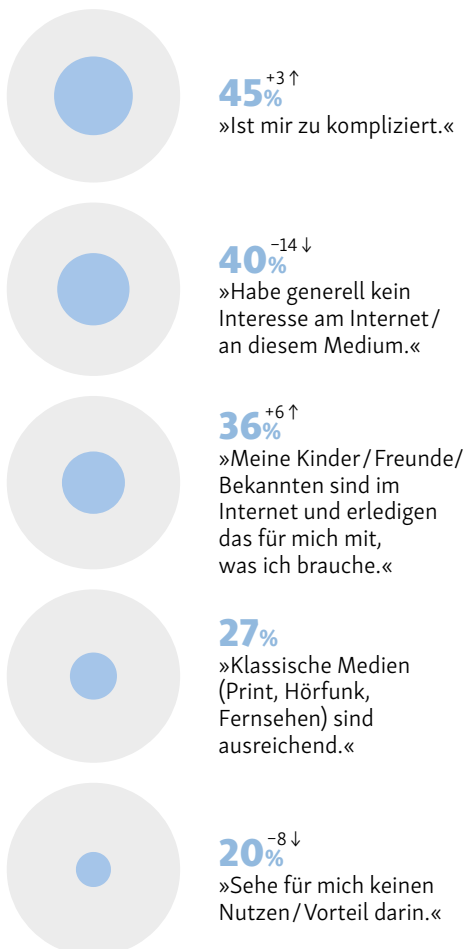
Mit Bürojob	66%
Ohne Bürojob	14%
Kein Beruf	19%

Exkurs – Vermeider*innen im Detail

Mit 15 Prozent bilden die Vermeider*innen die kleinste Gruppe der Digitalen Gesellschaft – dennoch umfasst sie rund 10 Millionen Menschen, die kaum oder gar nicht am digitalen Leben teilnehmen. Immer weniger liegt das Offline-Sein an mangelndem Interesse (minus 14 Prozentpunkte) oder fehlendem Nutzen (minus 8 Prozentpunkte), sondern zunehmend an der empfundenen Komplexität digitaler Anwendungen (plus 3 Prozentpunkte, Hauptgrund) und dem Wunsch, digitale Aufgaben von anderen erledigen zu lassen (plus 6 Prozentpunkte). Besonders im Kontakt mit Verwaltung und Banken oder beim Abschließen von Verträgen fühlen sich einige aufgrund fehlender oder geringer Digitalkompetenzen ausgeschlossen und abgehängt. Trotzdem sagen 4 von 10, fehlende Kompetenzen würden ihnen keine Schwierigkeiten bereiten.

Top 5 Gründe gegen die Nutzung des Internets

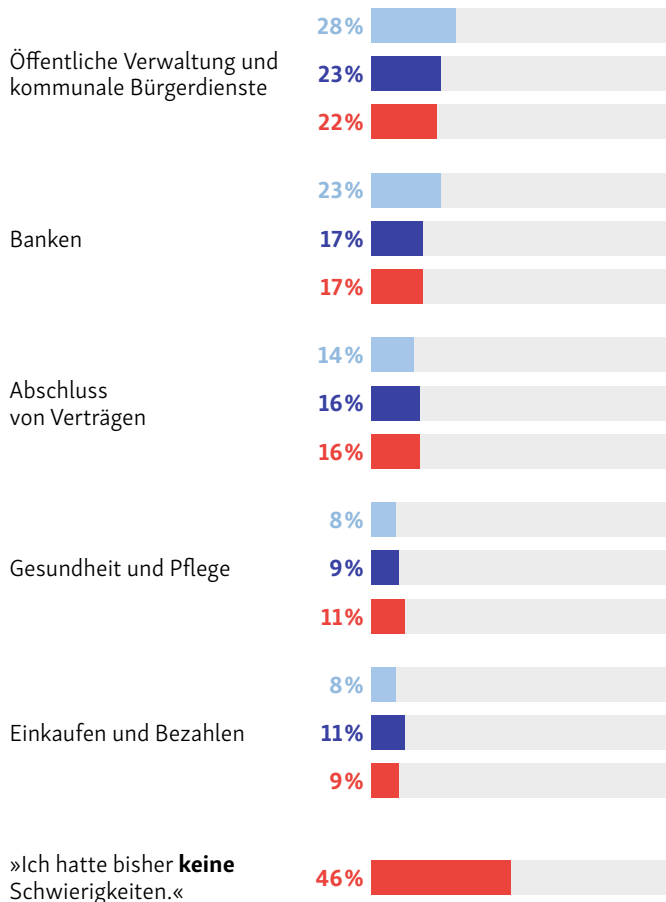
Basis: Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen) (n=159); Abweichungen in Prozentpunkten



Top 5 Ausgrenzungserfahrungen aufgrund weniger oder gar keiner Digitalkenntnisse

Basis: Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen) (n=159); Zufriedene Aussitzer*innen (n=458); Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); modifizierte Abfrage ggü. 2023; Mehrfachauswahl: max. 3 Bereiche auswählbar

■ Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen) ■ Zufriedene Aussitzer*innen
■ Bevölkerung ab 14 Jahren



Genügsame Verdränger*innen (Offliner*innen)

»Wenn ich etwas digital nicht hinbekomme, ist mir das nicht unangenehm – im Zweifel helfen mir Familie und Bekannte. Für mich ist das alles zu kompliziert, und welchen Nutzen soll ich daraus ziehen?«

Die Genügsamen Verdränger*innen nutzen das Internet nicht und zeigen wenig Interesse daran. 88 Prozent sind im Ruhestand, und für ihren privaten Alltag sehen sie keinen Bedarf, sich digitale Fähigkeiten anzueignen. Sie glauben nicht, dass sie persönlich von der Digitalisierung profitieren. Auch für gesellschaftliches Engagement bietet der Online-Weg aus ihrer Sicht keinen Mehrwert. Neben ihrer Ahnungslosigkeit vielen digitalen Themen gegenüber zeichnet sich jedoch auch eine gewisse Hilfslosigkeit ab: Knapp ein Drittel fühlt sich grundsätzlich allein gelassen, wenn es um die Digitalisierung geht.

Zufriedene Aussitzer*innen

»Ich kenne mich nicht besonders gut aus im Internet, aber was ich kann, reicht mir. Es wird sich ohnehin nicht so viel verändern, wie alle immer sagen.«

Die Zufriedenen Aussitzer*innen erfüllen ein Mindestmaß an digitalen Kompetenzen, wobei nur 4 Prozent alle 5 Basiskompetenzen beherrschen. Die Hälfte hat sich in den letzten 12 Monaten kein neues digitales Wissen angeeignet. Für politische Informationen nutzen sie meist klassische Medien, soziale Medien spielen kaum eine Rolle. Es fällt ihnen schwer, Kompetenzanforderungen und neue digitale Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz einzuschätzen. Mit KI-Anwendungen haben sie bisher keine Erfahrungen gemacht, der Großteil lehnt diese ab oder sieht keinen Nutzen. Die Berührungspunkte sind groß – eine einfache Bedienung wäre der wichtigste Motivator.

Künstliche Intelligenz

Relevanz

Künstliche Intelligenz (KI) bietet die Chance, Alltags- und Arbeitsprozesse effizienter und innovativer zu gestalten. Um ihr Potenzial auszuschöpfen, ist es wichtig zu verstehen, wie KI von unterschiedlichen Menschen genutzt wird – denn die Bedürfnisse sind so vielfältig wie die Gesellschaft. Von zentraler Bedeutung ist die Erkenntnis, welche Anwendungen bereits Mehrwert schaffen, welche Ziele KI unterstützen kann (und welche nicht) und wo Barrieren wie technologische Komplexität oder ethische Bedenken bestehen. Durch klare Kommunikation der Vorteile, Lösungen zur Überwindung von Barrieren und inklusives Design kann KI Vertrauen schaffen, digitale Spaltungen verringern und eine technologische Zukunft für alle fördern.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Neue Technologien sind Chance für Wertschöpfung

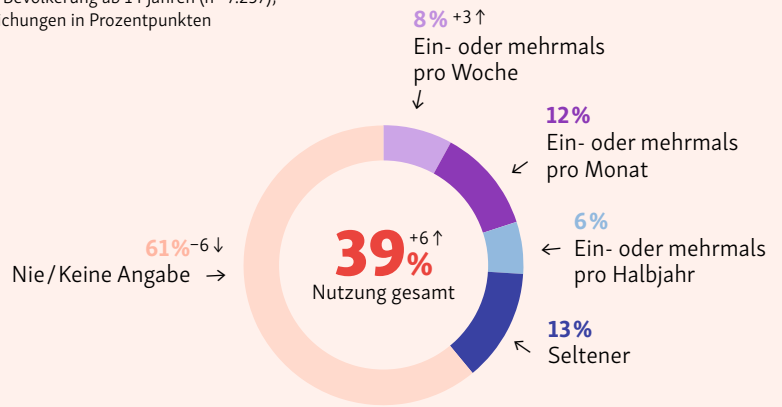
In der Generation Z nutzen bereits 68 Prozent der Befragten KI-Anwendungen für Zuhause oder im Job. Dieser Trend wird in den nächsten Jahren deutlich zunehmen und zeigt die Offenheit und das Potenzial neuer Technologien. Digitalisierungstechnologien wie KI sind inzwischen kein Nischenthema mehr, sondern ein entscheidendes Zukunftsthema. Dafür brauchen wir einen möglichst einheitlichen Rechtsrahmen. Wir sollten uns aber nicht von vornherein selbst beschränken, sondern neue Technologien vor allem als Chance für Wertschöpfung in Deutschland und Europa sehen!

Ingovert Veith
 Vice President, Head of Public Affairs & Communications, HUAWEI TECHNOLOGIES Deutschland GmbH



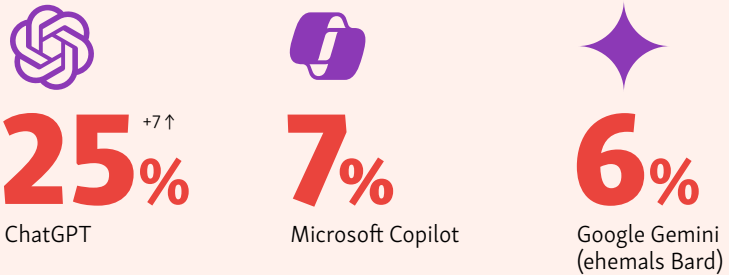
Nutzung von KI-Anwendungen nach Häufigkeit

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237);
 Abweichungen in Prozentpunkten



Top 3 KI-Anwendungen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237);
 Abweichungen in Prozentpunkten; modifizierte Abfrage ggü. 2023

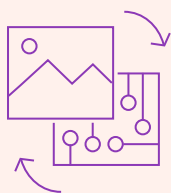


Top 3 Anwendungsfälle von KI

Basis: Falls KI-Anwendungen genutzt wurden (n=3.235)



25% ^{+3 ↑}



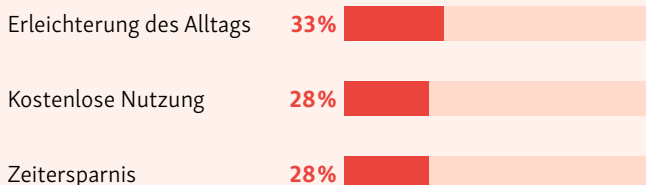
»Ich kann erkennen, ob z. B. Nachrichten, Musik oder Bilder von einer Künstlichen Intelligenz oder von Menschen erstellt wurden.«

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)

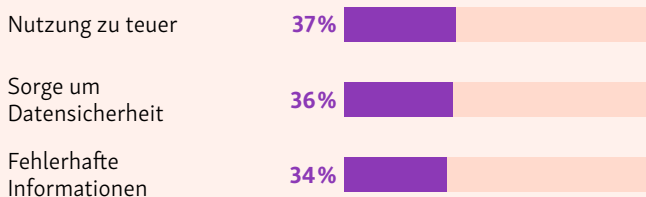
KI-Nutzung: Motivatoren und Hürden

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Mehrfachauswahl: max. 3 Motivatoren bzw. Hürden auswählbar

Top 3 Motivatoren



Top 3 Hürden



»Ich würde solche Anwendungen **unter keinen Umständen** nutzen.«



INTERVIEW: EXPERT*INNEN



Das Potenzial von KI liegt jenseits von Daten und Logik

KI versucht, menschliches Denken und Verhalten in Maschinen nachzubilden. Aber um wessen Denken und Verhalten geht es da? Westliche Systeme idealisieren Logik, Daten und vermeintliche Objektivität als höchste Form von Intelligenz und blenden dabei andere Wissensformen aus. Sie übersehen Wissen aus erlebter Realität, Resilienz durch Ausgrenzungserfahrungen und inter-generationelle Intelligenz, die außerhalb herrschender Strukturen weitergegeben wird. KI spiegelt die Werte und den Bias ihrer Entwickler*innen wider – und verstärkt so diese engen Perspektiven.

Was wäre, wenn wir KI neu denken – als Werkzeug, das Gerechtigkeit fördert und verschiedene Wissensformen anerkennt? Dafür müssen wir den aktuellen Ansatz hinterfragen und Systeme schaffen, die die Vielfalt menschlicher Erfahrungen abbilden. Der Schlüssel liegt in der Fähigkeit, kritisch zu hinterfragen – nicht nur technische Funktionsweisen, sondern auch, wer KI entwickelt, wessen Interessen sie dient und wie sie unser Leben beeinflusst. Community-Workshops können individuelle Erfahrungen in kollektive Erkenntnisse über die Auswirkungen von KI transformieren und Menschen befähigen, sich aktiv einzubringen.

Das allein reicht aber nicht aus. Echte Gerechtigkeit entsteht, wenn Betroffene ins Zentrum rücken, gelebtes Wissen genauso wie akademische Abschlüsse geschätzt wird und Barrieren abgebaut werden. Die Zivilgesellschaft muss diesen Wandel anführen – mit Strukturen, die Fürsorge und Gerechtigkeit über Kontrolle und Profit stellen.

KI ist kein unausweichliches Schicksal; sie entsteht durch menschliche Entscheidungen. Lasst uns Systeme entwickeln, die die Vielfalt der Menschheit feiern.

J. Bob Alotta Senior Vice President Global Programs, Mozilla

Das ausführliche Interview finden Sie unter diesem QR-Code.



Key Take-Aways

#1 Nutzung wächst schneller als Kompetenz: KI durchdringt Alltag und Beruf zunehmend, doch oft fehlt der souveräne Umgang. Viele nutzen KI-Anwendungen als Suchmaschine, obwohl das Bewerten von Informationen und das Erkennen KI-generierter Inhalte schwerfällt.

#2 Einfachheit und Nutzen treiben Akzeptanz: KI wird akzeptiert, wenn sie einfach zu bedienen ist und spürbaren Nutzen wie Zeitersparnis bietet. Das gilt für alle Bevölkerungsgruppen.

#3 Vertrauen als Schlüssel: Vertrauen in Anbieter*innen und transparente Regelungen sind essenziell. Menschen erwarten Datenschutz und verlässliche Informationen von KI.

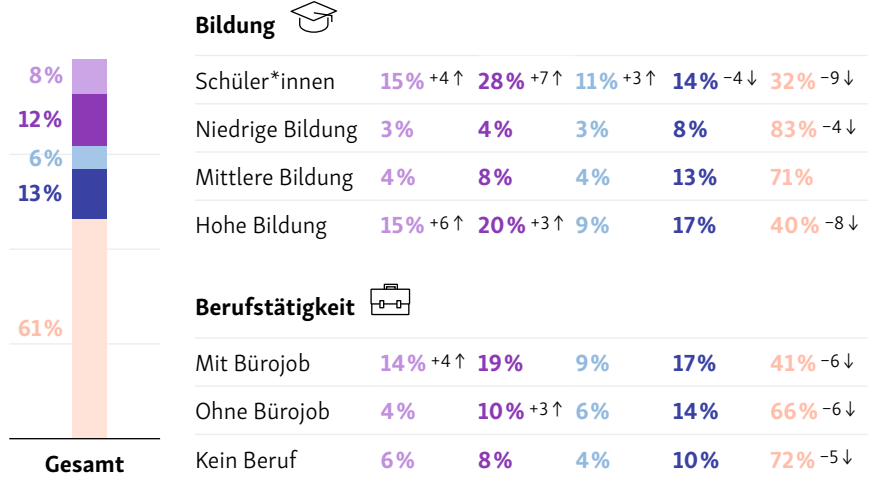
Wie wird Künstliche Intelligenz genutzt?

Immer mehr Menschen nutzen KI; auch die Intensität der Nutzung nimmt stetig zu. Besonders Personen mit höherer Bildung, mit Bürojobs und Schüler*innen greifen häufig auf KI-Anwendungen zurück – ein Muster, das auch bei anderen Technologien zu beobachten ist. Spitzenreiter ist ChatGPT, dessen Nutzung in einigen Bevölkerungsgruppen zweistellige Wachstumsraten verzeichnet. 43 Prozent nutzen KI-Anwendungen als Suchmaschine. Expert*innen raten dabei unbedingt zum Faktencheck, doch oft fehlen wichtige Informationskompetenzen, etwa zur Bewertung von Informationen oder zum Erkennen synthetischer Inhalte. Dies unterstreicht die Notwendigkeit einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Einsatz solcher Technologien.

Nutzung von KI-Anwendungen nach Häufigkeit in verschiedenen Gruppen

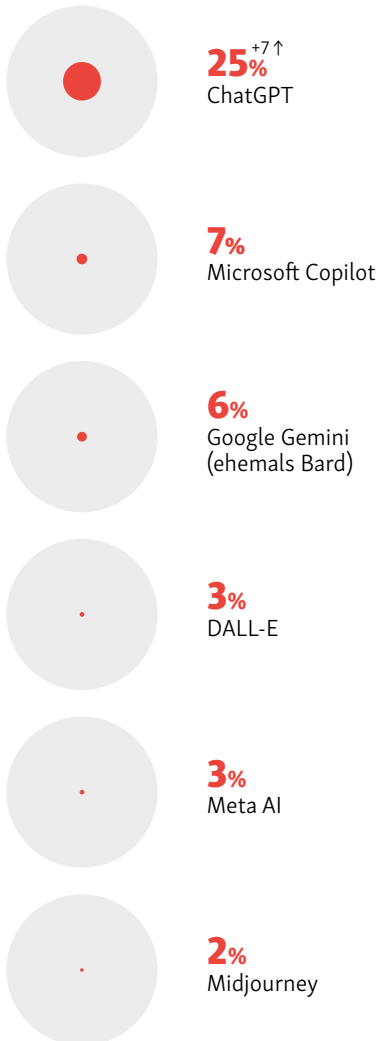
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten

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



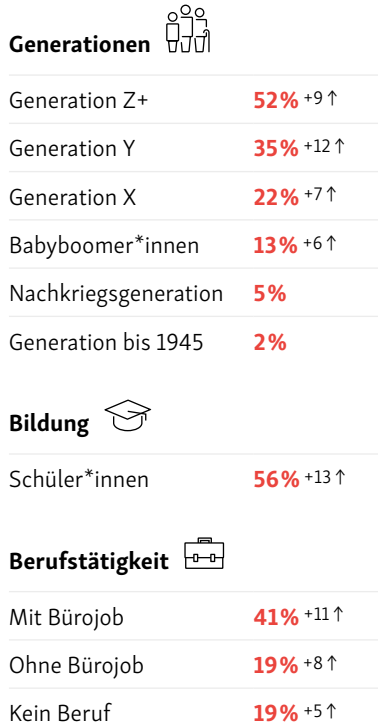
Genutzte KI-Anwendungen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; modifizierte Abfrage ggü. 2023



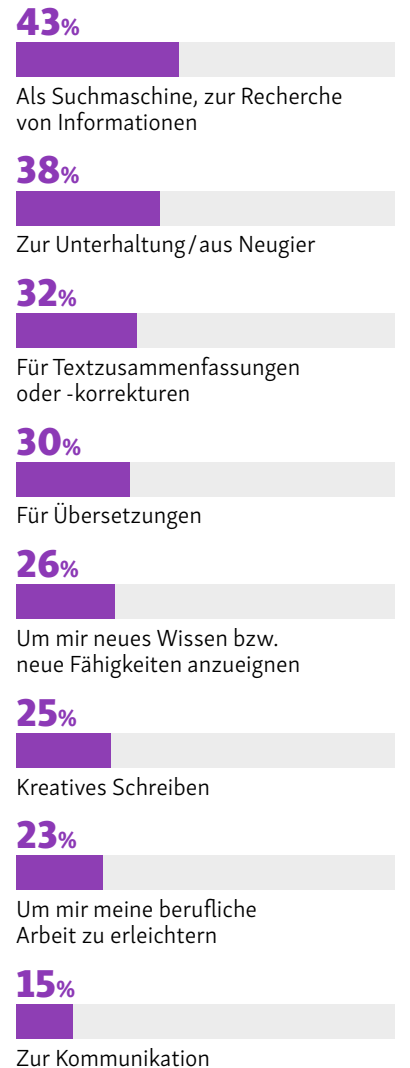
ChatGPT-Nutzung nach soziodemografischen Gruppen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; modifizierte Abfrage ggü. 2023



Anwendungsfälle von KI

Basis: Falls KI-Anwendungen genutzt wurden (n=3.235)



Akzeptanzfaktoren Künstlicher Intelligenz

Die Akzeptanz von KI-Technologien hängt stark davon ab, ob sie als einfach und nützlich wahrgenommen werden. Menschen nutzen KI eher, wenn sie den Alltag erleichtert, Zeit spart sowie kostenlos und einfach bedienbar ist – ein Muster, das für alle Bevölkerungsgruppen gilt.

Die Vorbehalte unterscheiden sich jedoch: Jüngere Menschen empfinden die Kosten als größte Hürde, während bei der Generation X und den Babyboomer*innen Datenschutzbedenken dominieren. Ein weiteres Hindernis ist das mangelnde Vertrauen in Anbieter*innen, das fast ein Viertel der Befragten, vor allem Digitale Profis und die Aufgeschlossene Mitte, als Barriere nennt.

All das zeigt, wie wichtig neben Einfachheit und Nützlichkeit auch Vertrauen sowie transparente und verlässliche Regelungen für die Akzeptanz von KI sind. Nur so lassen sich Vorbehalte abbauen und die Chancen von KI für die Gesellschaft optimal nutzen.

Motivatoren für die KI-Nutzung

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237);
Mehrfachauswahl: max. 3 Motivatoren auswählbar

Erleichterung des Alltags	33%
Kostenlose Nutzung	28%
Zeitersparnis	28%
Einfache Bedienung	27%
Höhere Qualität und Produktivität bei der Arbeit	20%
Nutzung macht Spaß bzw. ist unterhaltsam	14%
Vielfältige Einsatzmöglichkeiten	12%
Nichtnutzung bringt Nachteile	10%
Neuer Trend, den ich nicht verpassen will	4%
»Ich würde solche Anwendungen unter keinen Umständen nutzen.«	18%

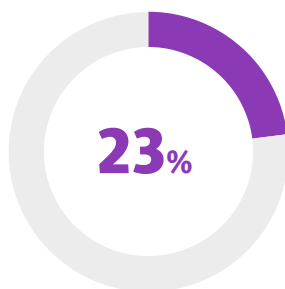
Top Motivatoren für die KI-Nutzung nach Generationen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237);
Mehrfachauswahl: max. 3 Motivatoren auswählbar

Generation Z+ 38% Zeitersparnis	Generation X 37% Erleichterung des Alltags
Generation Y 37% Erleichterung des Alltags	Babyboomer*innen 32% Erleichterung des Alltags

Relevanz von Vertrauen in KI-Anbieter*innen nach Personas

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)



»Ich würde Anwendungen Künstlicher Intelligenz **nicht** nutzen, wenn sie von Unternehmen angeboten werden, denen ich nicht vertraue.«

Personas

Genügsame Verdränger*innen	8%
Zufriedene Aussitzer*innen	12%
Ablehnende Mitte	21%
Aufgeschlossene Mitte	26%
Ambivalente Profis	25%
Zuversichtliche Profis	28%

Hürden für die KI-Nutzung

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237);
Mehrfachauswahl: max. 3 Hürden auswählbar

Nutzung zu teuer	37%
Sorge um Datensicherheit	36%
Fehlerhafte Informationen	34%
Komplizierte Bedienung	30%
Keine Vorteile	27%
Von nicht vertrauenswürdigen Unternehmen angeboten	23%
Wenig Einsatzmöglichkeiten	9%
Schlecht für das Klima	6%

Top Hürden für die Nutzung von KI nach Generationen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237);
Mehrfachauswahl: max. 3 Hürden auswählbar

Generation Z+ 42% Nutzung zu teuer	Generation X 42% Sorge um Datensicherheit
Generation Y 41% Nutzung zu teuer	Babyboomer*innen 38% Sorge um Datensicherheit

Digitale Bildung und Kompetenzen

Relevanz

Digitaler, ökologischer und demografischer Wandel stellen Gesellschaft und Arbeitswelt vor Herausforderungen. Digitale Kompetenzen sind essenziell, um souverän und gestaltend in der digitalen Welt zu agieren und deren Chancen zu nutzen. Ihre Förderung – besonders in der Aus- und Weiterbildung – ist nicht nur individuelle Bereicherung, sondern auch Investition in Beschäftigung, Innovation und Wohlstand.

Die Europäische Kommission will, dass 80 Prozent der Bevölkerung bis 2030 mit digitalen Basiskompetenzen ausgestattet sind – ein fernes Ziel. Das Bildungssystem spielt hierfür eine entscheidende Rolle: Es muss Schüler*innen auf eine dynamische, digitale Welt vorbereiten. Dass es diesem Anspruch gerecht wird, bezweifeln viele.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Digitale Bildung: Rüstzeug für Zukunft und Arbeitsmarkt

Die D21-Studie zeigt, wie wichtig digitale Skills heute sind: Sie ermöglichen echte Teilhabe, fördern Innovationskraft und machen fit für den Arbeitsmarkt. Ob Alltag oder Beruf – wer die Grundlagen beherrscht, hat klare Vorteile und bleibt flexibel für kommende Herausforderungen. Digitale Bildung ist damit mehr als nur ein Trend: Sie ist das Fundament, auf dem gesellschaftlicher Fortschritt und wirtschaftliche Stärke aufbauen.

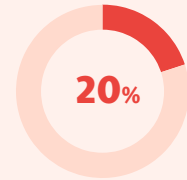
Christiane Fritsch

Tribe Lead ING und Vizepräsidentin D21

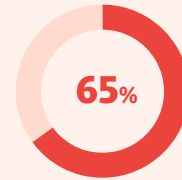


Wissensaneignung

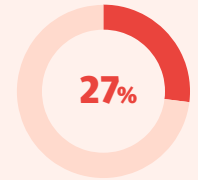
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)



Formale
Wissensaneignung



Informelle
Wissensaneignung



Keine
Wissensaneignung

Top 3 Gründe, warum keine Wissensaneignung erfolgt ist

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren ohne Wissensaneignung zu digitalen Themen im letzten Jahr (n=1.497)

Kein Interesse/
Das brauche ich nicht **66%**

Ich habe niemanden,
den ich fragen kann **9%**

Das hätte zu viel Zeit
in Anspruch genommen **8%**

Top 3 Wege zur Aneignung neuen Wissens durch Ausprobieren

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren mit Wissensaneignung im letzten Jahr durch Ausprobieren (n=4.071)

Über eine Suchmaschine Informationen
gesucht und fündig geworden **62%**

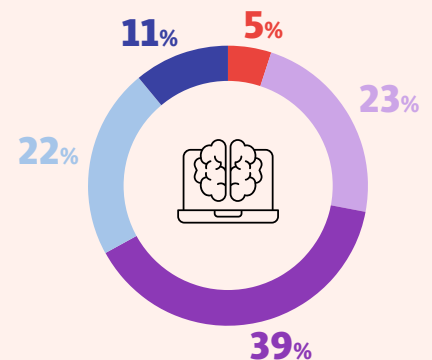
Durch Ausprobieren ohne
besondere Hilfestellung **56%**

Über Video-Tutorials und Erklärvideos
in Videoportalen **42%**

Notwendigkeit digitaler Kompetenzen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

- »Digitale Kompetenzen sind auch zukünftig nicht nötig, da es analoge Alternativen gibt.« **11%**
- »Basisfähigkeiten im Umgang mit dem Internet werden ausreichend sein.« **5%**
- »Man wird in Zukunft auch Zusammenhänge im Digitalen verstehen müssen.« **23%**
- »Zukünftig braucht es noch komplexere digitale Fähigkeiten, etwa zum Gestalten der Digitalisierung.« **22%**
- Keine Angabe **39%**



Wissensvermittlung

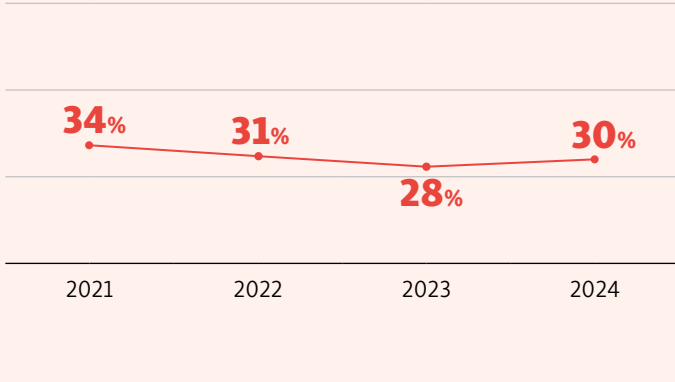
30%



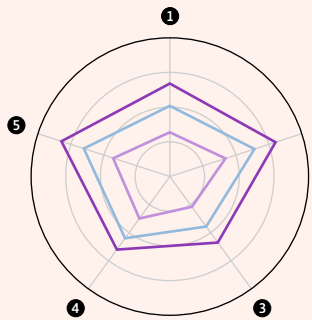
»Schulen vermitteln nötige digitale Fähigkeiten, damit Schüler*innen im internationalen Vergleich mithalten können.«

Zustimmung im Zeitverlauf

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n = 7.237); Top2 (Stimme voll und ganz zu/ Stimme eher zu)



Digitale Kompetenz



49%

verfügen über alle 5 Basiskompetenzen.

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)

Durchschnittliche Erfüllung der Kompetenzfelder nach Bildung

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237); Durchschnittswerte Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)

Kompetenzfelder	Niedrige Bildung	Mittlere Bildung	Hohe Bildung
1 Informations- und Datenkompetenz	32%	51%	67%
2 Kommunikation und Kollaboration	42%	64%	80%
3 Gestaltung digitaler Inhalte	27%	45%	59%
4 Sicherheit und Wohlbefinden	38%	55%	65%
5 Problemlösekompetenz	43%	66%	81%

INTERVIEW: EXPERT*INNEN



Österreich auf dem Weg zur digitalen Vorreiterrolle

Mit der Digitalen Kompetenzoffensive (DKO) – dem nationalen Umsetzungsprojekt der EU-Strategie der Digitalen Dekade – haben wir 2023 den Grundstein gelegt, um Österreichs digitale Zukunft aktiv zu gestalten. Unser Ziel: Bis 2030 sollen alle Menschen über grundlegende digitale Kompetenzen verfügen. Die Zahl der IT-Fachkräfte – insbesondere weibliche – soll erhöht werden. Derzeit haben 35 Prozent der 16- bis 74-Jährigen keine ausreichenden digitalen Grundkenntnisse – vor allem Ältere und Personen mit niedriger Bildung. »Digital Überall«-Workshops in ganz Österreich bieten in ländlichen Regionen und für schwer erreichbare Zielgruppen praxisnahe Unterstützung. Mit aufsuchenden Angeboten sind wir mit der DKO dort, wo Menschen mit Bildungsbedarf sind.

Österreich setzt in vielen Bereichen auf gezielte digitale Kompetenzvermittlung. Seit 2020/21 ist etwa »Digitale Grundbildung« fester Bestandteil des Schulalltags, seit dem Vorjahr ein Pflichtgegenstand in der Sekundarstufe I. Das Fach vermittelt digitales Wissen und gesellschaftliche Zusammenhänge. In der Arbeitswelt setzt der Arbeitsmarktservice (AMS) gezielte Qualifizierungsschwerpunkte: Im Rahmen von »New Digital Skills« werden Qualifikationsanforderungen identifiziert und passende Maßnahmen entwickelt – in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen.

Die DKO bündelt alle Kräfte und setzt neue Initiativen, damit sich Österreich zukunftssicher entwickeln kann. Auf Basis klarer Ziele, innovativer Formate und geteilter Verantwortung bewegen wir auch bei der Digitalisierung mehr.

Wolfgang Wisk und Heidrun Strohmeyer
 Programmleitung Digitale Kompetenzoffensive,
 Bundeskanzleramt Österreich

Das ausführliche Interview finden Sie unter diesem QR-Code.



Key Take-Aways

#1 Lebenslanges Lernen bleibt Manko: Jede*r Vierte hat im letzten Jahr keine neuen digitalen Fähigkeiten erlernt – oft, weil der Bedarf unterschätzt wird. Das gefährdet Teilhabe und Resilienz.

#2 Formales Lernen unterschätzt: Digitale Fähigkeiten werden meist informell erworben, was für berufliche Anforderungen oft nicht reicht. Formale Weiterbildung muss stärker genutzt werden.

#3 Deutschland verfehlt Kompetenzziele: Basiskompetenzen stagnieren seit 2 Jahren bei ca. 50 Prozent, sozioökonomische Spaltungen bleiben groß. Ohne gezielte Maßnahmen droht der »Digital Skills Gap«, Ungleichheiten zu verstärken.

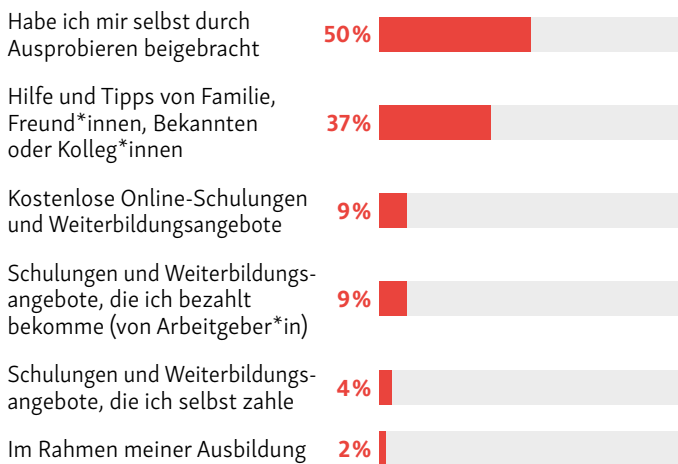
Lebenslanges Lernen

In der heutigen Gesellschaft mit einem sich rasant wandelnden Arbeitsmarkt reicht es nicht, allein auf das Wissen aus der Erstausbildung zu vertrauen. Lebenslanges Lernen und der kontinuierliche Erwerb neuer Fähigkeiten sind unverzichtbar – finden aber nur selten statt. Über ein Viertel der Menschen hat sich im letzten Jahr kein neues Wissen zu digitalen Themen angeeignet. Häufig liegt das an der Fehleinschätzung, neue digitale Kenntnisse nicht zu benötigen. Diese Haltung gefährdet nicht nur die individuelle Teilhabe, sondern auch die Resilienz im digitalen Wandel.

Die meisten Menschen eignen sich digitale Fähigkeiten über informelle Wege an: Sie suchen online nach Informationen, lernen durch Ausprobieren oder nutzen Videos und Foren. Auch der Austausch mit Familie und Bekannten spielt eine wichtige Rolle. Für viele Alltagsanforderungen ist das ein effizienter und unkomplizierter Ansatz. Doch bei komplexeren Anforderungen – insbesondere im beruflichen Kontext – stoßen diese Methoden an ihre Grenzen. Um Beschäftigungsfähigkeit und Innovationskraft langfristig zu sichern, müssen Nutzung und Akzeptanz formaler Weiterbildungsangebote deutlich gesteigert werden.

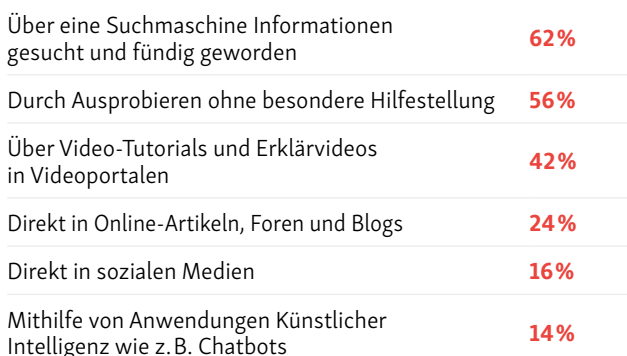
Wissensaneignung in den letzten 12 Monaten

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)



Wege zur Aneignung neuen Wissens durch Ausprobieren

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren mit Wissensaneignung im letzten Jahr durch Ausprobieren (n = 4.071)

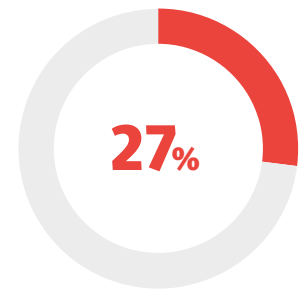


Keine Wissensaneignung zu digitalen Themen nach Soziodemografie

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237); Abweichungen in Prozentpunkten

Generationen

Generation Z+	14% +6 ↑
Generation Y	21%
Generation X	21%
Babyboomer*innen	30% +3 ↑
Nachkriegsgeneration	40%
Generation bis 1945	69% +3 ↑



»Ich habe mir in den letzten 12 Monaten **kein** Wissen zu digitalen Themen angeeignet.«

Bildung

Niedrige Bildung	44%
Mittlere Bildung	28% +3 ↑
Hohe Bildung	14%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	12%
Ohne Bürojob	29% +4 ↑
Kein Beruf	36%

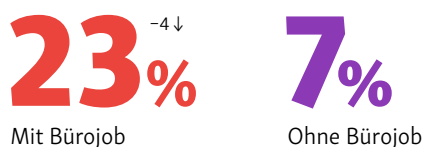
Gründe, warum keine Wissensaneignung erfolgt ist

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren ohne Wissensaneignung zu digitalen Themen im letzten Jahr (n = 1.497)

Kein Interesse/Das brauche ich nicht	66%
Ich habe niemanden, den ich fragen kann	9%
Das hätte zu viel Zeit in Anspruch genommen	8%
Die Auswahl ist zu groß/ich wüsste gar nicht, wo ich anfangen soll	7%
Ich habe keine passenden Angebote gefunden	5%
Mein*e Arbeitgeber*in bietet das nicht an	3%
Die Angebote waren zu teuer	2%
Die Angebote waren zu weit weg	2%

Von Arbeitgeber*innen bezahlte Schulungen und Weiterbildungsangebote

Basis: Berufstätige (n = 4.449); Abweichungen in Prozentpunkten



Basiskompetenzen und Digital Skills Gap

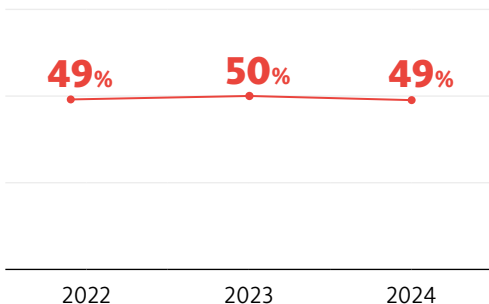
Digitale (Basis-)Kompetenzen sind ein zentraler Treiber für Resilienz im digitalen Wandel und eines der Hauptziele der Digitalen Dekade der EU. Bis 2030 sollen mindestens 80 Prozent der Bevölkerung über diese Fähigkeiten verfügen. Deutschland liegt mit seit 2 Jahren stagnierenden 49 Prozent weit zurück. Damit ist das Ziel der Digitalen Dekade derzeit noch in weiter Ferne und nur mit großen Anstrengungen zu erreichen. In einigen Bevölkerungsgruppen nimmt der Anteil der Menschen mit digitalen Basiskompetenzen sogar ab – ein besorgniserregender Trend, der die Zielerreichung weiter erschwert. Besonders alarmierend ist, dass weniger als die Hälfte der Schüler*innen über digitale Basiskompetenzen verfügt. Das Erreichen der europäischen Ziele und damit einer digital kompetenten und resilienten Gesellschaft ist kein Selbstläufer, sondern erfordert ambitionierte Maßnahmen für alle Bevölkerungsgruppen.

Keine Bevölkerungsgruppe hat bisher den Zielwert erreicht.

Egal ob Menschen mit Büroberufen, hohem Einkommen oder hohem Bildungsniveau: Keine Bevölkerungsgruppe hat bisher den EU-Zielwert erreicht. Dabei verfügen diese Gruppen überdurchschnittlich oft über digitale Basiskompetenzen, während es bei den Menschen mit niedrigem Bildungsabschluss oder Einkommen nur etwa 30 Prozent sind. Diese digitale Spaltung spiegelt gesellschaftliche Ungleichheiten wider und droht, sich ohne gezielte Maßnahmen weiter zu verschärfen. Die Schließung des »Digital Skills Gap« ist daher essenziell, um den digitalen Wandel inklusiv und gerecht zu gestalten.

Digitale Basiskompetenzen im Zeitverlauf

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237); Erfüllung aller 5 Basiskompetenzen



Digitale Basiskompetenzen nach Soziodemografie

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten

49%

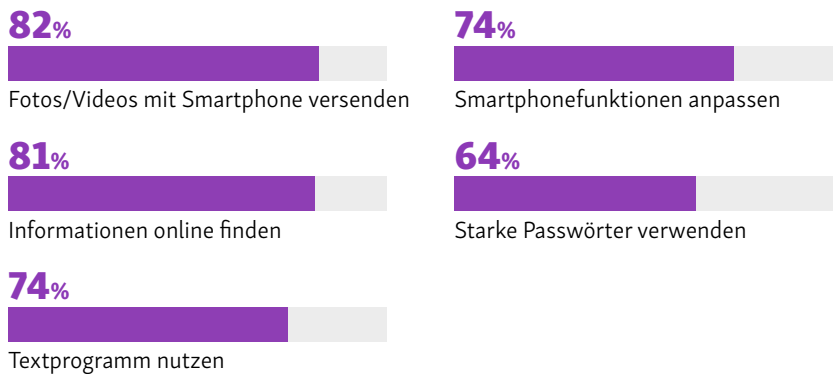
verfügen über alle 5 Basiskompetenzen.

Generationsgruppen	Prozent	Berufstätigkeit	Prozent
Generation Z+	54%	Mit Bürojob	69%
Generation Y	57% -3 ↓	Ohne Bürojob	43% -6 ↓
Generation X	55% -4 ↓	Kein Beruf	39%
Babyboomer*innen	49%		
Nachkriegsgeneration	36% +4 ↑	Region	
Generation bis 1945	12%	Alte Bundesländer	50%
		Neue Bundesländer	46%
Bildung		Haushaltsnettoeinkommen	
Schüler*innen	48% -3 ↓	Einkommensschwach*	31%
Niedrige Bildung	29%	Mittelschicht*	48%
Mittlere Bildung	51%	Einkommensstark*	66% -4 ↓
Hohe Bildung	64% -3 ↓		

* gemessen am Median-Haushaltsnettoeinkommen

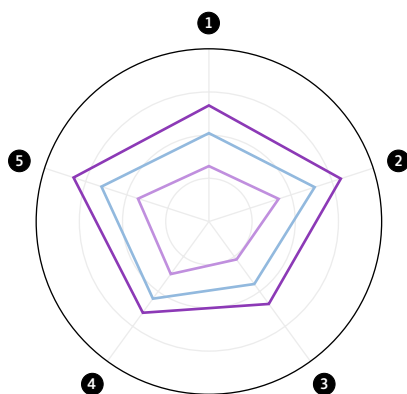
Die 5 digitalen Basiskompetenzen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Top2 (Trifft voll und ganz zu / Trifft eher zu)



Durchschnittliche Erfüllung der Kompetenzfelder nach Bildung

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237);
Durchschnittswerte Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)

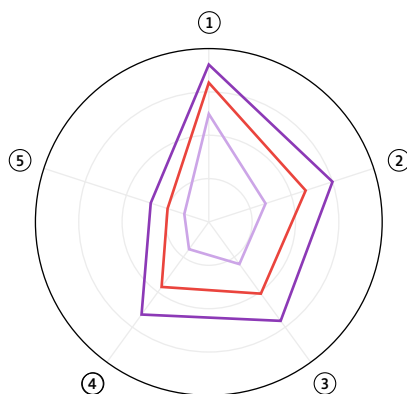


Kompetenzfelder


	Niedrige Bildung	Mittlere Bildung 	Hohe Bildung
1 Informations- und Datenkompetenz	32%	51%	67%
2 Kommunikation und Kollaboration	42%	64%	80%
3 Gestaltung digitaler Inhalte	27%	45%	59%
4 Sicherheit und Wohlbefinden	38%	55%	65%
5 Problemlösekompetenz	43%	66%	81%

Informations- und Datenkompetenz

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten;
Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)

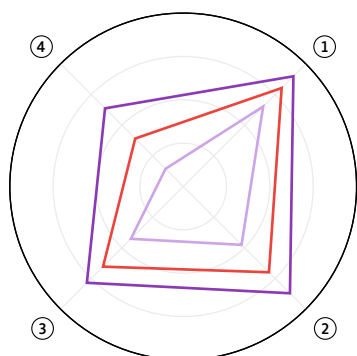


Kompetenzen (Ich kann ...)


	Gesamt	Niedrige Bildung	Hohe Bildung 	Komplexität
1 im Internet Informationen finden	81%	62%	91%	Sehr gering
2 unseriöse Nachrichten erkennen	57%	33%	75%	Hoch
3 die Richtigkeit von Informationen und ihren Quellen im Internet prüfen	51%	29%	68%	Gering
4 Dateien teilen über verschiedene Cloud-Dienste	45%	20%	64%	Gering
5 erkennen, ob Inhalte von einer KI erstellt wurden	25% +3↑	14%	35% +4↑	Sehr hoch

Kommunikation und Kollaboration

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten;
Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)

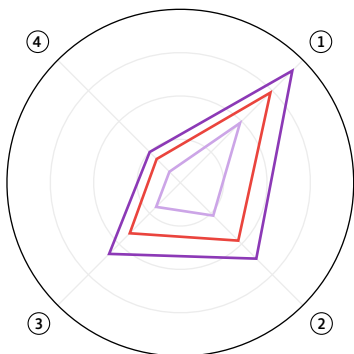


Kompetenzen (Ich kann ...)

	Gesamt	Niedrige Bildung	Hohe Bildung 	Komplexität
1 Fotos oder Videos mit Smartphone machen und versenden	82%	65% -3↓	90%	Sehr gering
2 das Online-Angebot von Behörden und Ämtern nutzen	71%	48%	87%	Gering
3 mit feindseligen oder herabsetzenden Nachrichten im Internet umgehen	64%	42%	79%	Gering
4 über digitale Anwendungen zusammenarbeiten	39%	14%	62%	Hoch

Gestaltung digitaler Inhalte

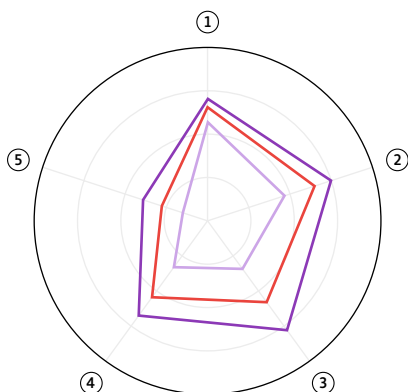
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



Kompetenzen (Ich kann ...)	Gesamt	Bildung		Komplexität
		Niedrige Bildung	Hohe Bildung	
① einfache Texte erstellen	74%	49%	90%	Sehr gering
② urheberrechtlich geschützte Inhalte erkennen	47%	27%	63%	Hoch
③ digitale Anwendungen für Hobbys nutzen	41%	20% ^{-3↓}	57%	Hoch
④ programmierten Code verstehen	18%	11%	25%	Sehr hoch

Sicherheit und Wohlbefinden

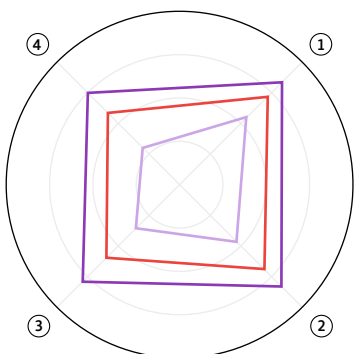
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



Kompetenzen (Ich kann ...)	Gesamt	Bildung		Komplexität
		Niedrige Bildung	Hohe Bildung	
① meine digitale Zeit bewusst begrenzen	65%	56%	69%	Gering
② starke Passwörter verwenden	64%	46%	75%	Gering
③ verdächtige E-Mails oder Pop-ups erkennen	58%	34% ^{+3↑}	77%	Hoch
④ Einstellungen in Apps anpassen, sodass keine Daten gesammelt werden können	55%	36%	68%	Hoch
⑤ digitale Möglichkeiten nutzen, um meinen ökologischen Fußabdruck zu verbessern	28%	17%	38%	Sehr hoch

Problemlösekompetenz

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu); *modifizierte Abfrage ggü. 2023



Kompetenzen (Ich kann/Ich habe ...)	Gesamt	Bildung		Komplexität
		Niedrige Bildung	Hohe Bildung	
① grundlegende Funktionen beim Smartphone anpassen	74%	54%	86%	Sehr gering
② Wissen über digitale Möglichkeiten, um den Alltag zu vereinfachen*	70% ^{+7↑}	47% ^{+5↑}	85% ^{+5↑}	Hoch
③ meine digitalen Kompetenzen kritisch beurteilen	60%	38%	78%	Sehr hoch
④ Unterstützung im Internet bei technischen Problemen finden	57%	31% ^{-3↓}	75%	Hoch

Digitale Wertschöpfung



Relevanz

Die digitale Wertschöpfung ist der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit von Unternehmen und Volkswirtschaften. Damit die Chancen des digitalen Wandels genutzt werden können, müssen Unternehmen und Berufstätige handeln: Der Erwerb neuer Kompetenzen, die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle und der gezielte Einsatz neuer Technologien sind essenziell. Nur so lassen sich Herausforderungen wie Fachkräftemangel, steigende Energie- und Rohstoffkosten sowie globaler Wettbewerb bewältigen. Den digitalen Wandel proaktiv zu gestalten, stärkt die Beschäftigungschancen und wirtschaftliche Resilienz, wirkt einer Deindustrialisierung entgegen und eröffnet nachhaltige Perspektiven für eine moderne, zukunftsfähige Arbeitswelt.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Digitale Bildung als Schlüssel zur digitalen Wertschöpfung

Digitale Wertschöpfung ist ein Schlüsselfaktor für das wirtschaftliche Wachstum und muss Hand in Hand mit digitaler Bildung gehen. 74 Prozent erkennen die Bedeutung von Grundkenntnissen der Digitalisierung im Arbeitsmarkt. Eine wichtige Rolle spielen Unternehmen, die mit Aus- und Weiterbildungsprogrammen die Fähigkeiten von morgen vermitteln. Stetiger Wissenstransfer ist die Voraussetzung, um moderne Technologien strategisch zu nutzen und digitale Wertschöpfung zu generieren. Dafür benötigen Unternehmen starke Ökosysteme, die sie in ihrer digitalen Transformation unterstützen.

Antonia Bruhn
Senior Manager Public Policy, AWS



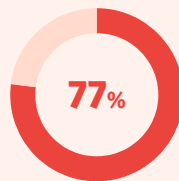
INTERVIEW: EXPERT*INNEN

»Die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands hängt auch daran, inwiefern wir Technologie sinnvoll und produktiv nutzen können. Es ist wichtig, die Risiken im Blick zu behalten – und trotzdem herauszufinden, wie KI im eigenen Unternehmen sinnvoll eingesetzt werden kann. Grundlage dafür ist ein hoher Digitalisierungsgrad – und auch hier haben viele Unternehmen ihre Hausaufgaben noch nicht gemacht. Investitionen in diesem Bereich noch weiter zu verschleppen, wäre jedoch fatal.«

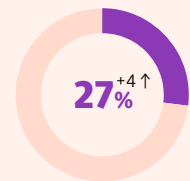
Sara Weber Autorin und Arbeitsexpertin

Vogel-Strauß-Effekt

Basis: Berufstätige (n = 4.449); Abweichungen in Prozentpunkten; Top3 (Ganz bestimmt/Sehr wahrscheinlich/Eher wahrscheinlich)



»Durch die Digitalisierung wird es bis 2035 Tätigkeiten oder ganze Berufe nicht mehr geben.«



»Das betrifft meine eigene Tätigkeit bzw. meinen eigenen Arbeitsplatz.«

KI als Bedrohung oder Erleichterung

Basis: Berufstätige Online*rinnen (n = 3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt

15%



»Ich habe Sorge, dass man mich in meinem Job wegen dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz bald nicht mehr braucht.«

Berufstätigkeit

Mit Bürojob **16%**

Ohne Bürojob **13%**

50%



»Ich freue mich, wenn mir in meinem Job einfache monotone Tätigkeiten durch Künstliche Intelligenz abgenommen werden.«

Berufstätigkeit

Mit Bürojob **60%**

Ohne Bürojob **32%**



STATEMENT: PARTNER*INNEN

KI-Kompetenz für heutige und künftige Generationen

Wenn wir wollen, dass Technologie allen zugutekommt, müssen wir sicherstellen, dass die Menschen den Umgang mit KI lernen. Nur 16 Prozent der Berufstätigen haben im vergangenen Jahr Weiterbildungsangebote zum Thema Digitalisierung von Arbeitgeber*innen in Anspruch genommen. Um das zu ändern, müssen wir alle zusammenarbeiten – Politik, Bildungseinrichtungen, der öffentliche und private Sektor. Wir brauchen flächendeckende KI-Qualifizierungs- und Bildungsprogramme in Deutschland, damit alle von den Chancen profitieren können, die intelligente Technologien bieten.

Sabine Frank Head of Governmental Affairs and Public Policy Google DACH

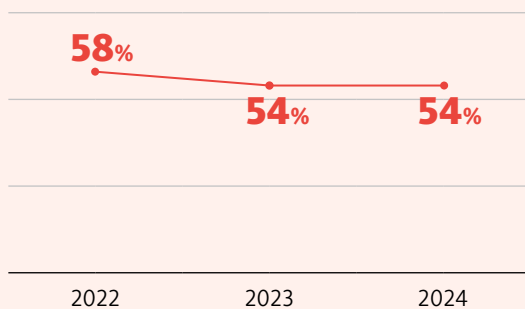
Digitale Zukunftsfähigkeit von Unternehmen

54%



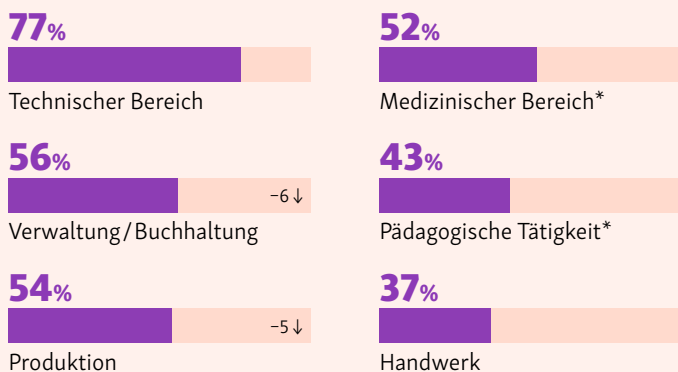
»In meiner Organisation werden die notwendigen Schritte ergriffen, damit diese im digitalen Wandel (inter-)national mithalten kann.«

Basis: Berufstätige Onliner*innen (2024: n=3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt



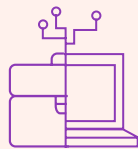
Zustimmung: Organisation ergreift notwendige Schritte, um im digitalen Wandel mitzuhalten

Basis: Berufstätige Onliner*innen (n=3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt; Abweichungen in Prozentpunkten; *modifizierte Abfrage ggü. 2023



74%

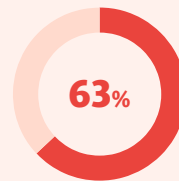
-3 ↓



»Ohne Grundkenntnisse der Digitalisierung hat man heutzutage kaum noch Chancen auf dem Arbeitsmarkt.«

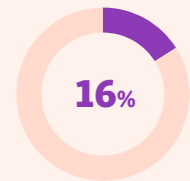
Basis: Berufstätige (n=4.449); Abweichungen in Prozentpunkten

Berufliche Weiterbildung: die Umsetzungslücke



»Ich habe schon einmal Wissen über digitale Anwendungen oder Geräte bzw. entsprechende Fähigkeiten in meinem Beruf benötigt.«

Basis: Berufstätige Onliner*innen (n=3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt



»Ich habe in den letzten 12 Monaten Weiterbildungsangebote wahrgenommen, die mein*e Arbeitgeber*in bezahlt hat.«

Basis: Berufstätige gesamt (n=4.449)

Key Take-Aways

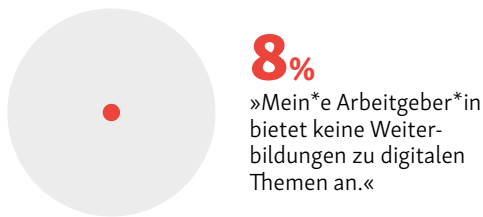
- #1 Fehlende Weiterbildung bedroht Beschäftigungschancen:** Der Bedarf an digitalen Kompetenzen wächst in vielen Berufen, aber nur wenige nutzen berufliche Weiterbildung – oft, weil sie den Bedarf unterschätzen.
- #2 Transformationskraft von KI unterschätzt:** Viele Berufstätige sehen KI als Werkzeug für ungeliebte Aufgaben. Dass sie aber auch die eigene Tätigkeit grundlegend transformieren könnte, scheint vielen nicht klar.
- #3 Zukunftsfähigkeit braucht digitale Basis:** Aus Sicht der Berufstätigen müssen Unternehmen zunächst eine solide Basis an digitalen Anwendungen und Prozessen sowie ein digitales, mobiles Arbeitsumfeld schaffen.

Arbeitswelt heute und morgen

Digitale Kompetenzen sind eine Grundvoraussetzung für die Beschäftigungsfähigkeit. Selbst in Bereichen, die bisher weniger stark von der Digitalisierung durchdrungen sind, berichten immer mehr Berufstätige, dass sie sie brauchen. Dennoch bleibt der Anteil derjenigen, die berufliche Weiterbildungen zu digitalen Themen genutzt haben, auf niedrigem Niveau. Das liegt weniger an fehlenden Angeboten von Arbeitgeber*innen, sondern oft an mangelndem Interesse. Angesichts der durch KI vorangetriebenen Transformation der Arbeitswelt ist das ein alarmierender Trend. Während viele hoffen, KI werde unliebsame Aufgaben übernehmen, unterschätzen sie die Risiken für ihre Beschäftigungsfähigkeit, wenn sie nicht digital am Ball bleiben.

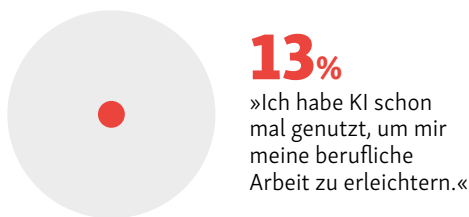
Kein Wissenserwerb aufgrund fehlender Angebote der Arbeitgeber*innen

Basis: Berufstätige, die sich in den letzten 12 Monaten kein neues Wissen zu digitalen Themen angeeignet haben (n = 735)



Einsatz Künstlicher Intelligenz zur Erleichterung im Beruf

Basis: Berufstätige (n = 4.449)



Altersgruppen

14-29 Jahre	19%
30-49 Jahre	15%
50+ Jahre	8%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	19%
Ohne Bürojob	5%

Berufliche Weiterbildung: die Umsetzungslücke nach Tätigkeiten

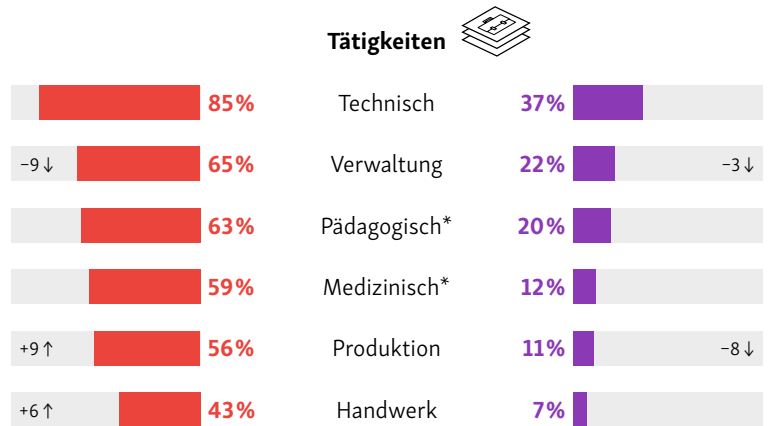
*modifizierte Abfrage ggü. 2023

»Ich habe schon einmal Wissen über digitale Anwendungen oder Geräte bzw. entsprechende Fähigkeiten in meinem Beruf benötigt.«

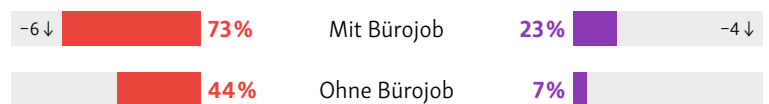
Basis: Berufstätige Online*rinnen (n = 3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt

»Ich habe in den letzten 12 Monaten Weiterbildungsangebote wahrgenommen, die mein*e Arbeitgeber*in bezahlt hat.«

Basis: Berufstätige gesamt (n = 4.449)



Berufstätigkeit

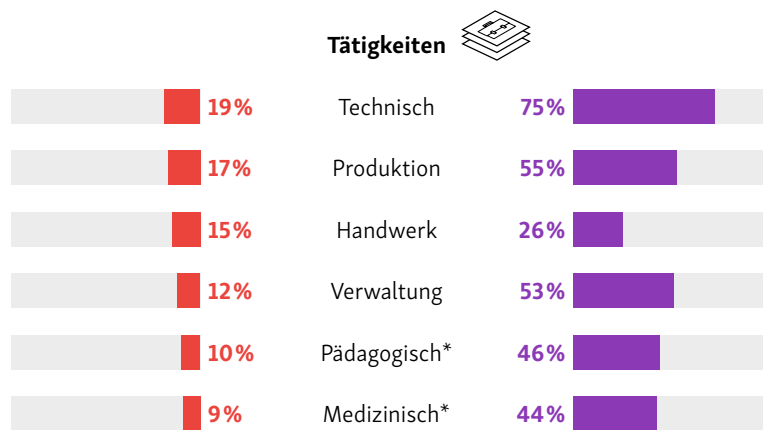


Wahrnehmung von KI als Bedrohung oder Erleichterung nach Tätigkeiten

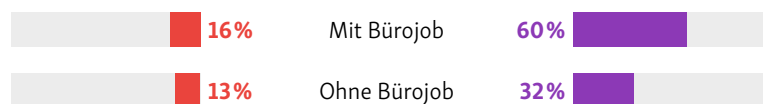
Basis: Berufstätige Online*rinnen (n = 3.179) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt; *modifizierte Abfrage ggü. 2023

»Ich habe Sorge, dass man mich in meinem Job wegen dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz bald nicht mehr braucht.«

»Ich freue mich, wenn mir in meinem Job einfache monotone Tätigkeiten durch Künstliche Intelligenz abgenommen werden.«



Berufstätigkeit

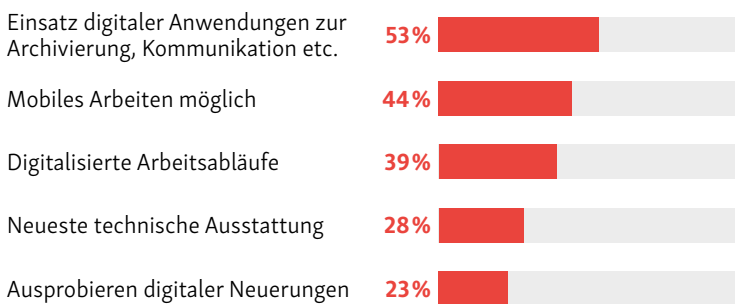


Wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit

Der Fachkräftemangel zählt zu den größten Herausforderungen der deutschen Wirtschaft. Unternehmen müssen ihre Mitarbeitenden gezielt auf die Anforderungen einer digitalisierten Arbeitswelt vorbereiten und zugleich neue Fachkräfte gewinnen. Dabei ist es entscheidend, als attraktive und zukunftsfähige Arbeitgeber*innen wahrgenommen zu werden. Zentrale Bedeutung dafür haben digitale Anwendungen und Arbeitsabläufe sowie die Möglichkeit, digital von überall aus zu arbeiten. Für viele Berufstätige steht ein solcher grundlegender digitaler Wandel im Unternehmen im Vordergrund, während hochmoderne technische Ausstattung, digitale Innovationen oder der Einsatz von KI eher als nachgelagerte Prioritäten angesehen werden.

Gründe, warum Arbeitnehmer*innen ihr Unternehmen für gut aufgestellt im digitalen Wandel halten

Basis: Berufstätige, deren Arbeitgeber*innen notwendige Schritte ergreifen, damit die Organisation im digitalen Wandel mithalten kann (n=1.750)



Berufstätigkeit	Neueste technische Ausstattung verfügbar	Viele Weiterbildungen zum Thema Digitalisierung	Einsatz von KI im Unternehmen
Mit Bürojob	28%	25%	26%
Ohne Bürojob	25%	16%	13%
Gesamt	28%	22%	22%

INTERVIEW: EXPERT*INNEN

Digitalisierung und KI: Der Schlüssel zu sinnvoller Zukunftsarbeit

Im heutigen Arbeitsalltag bleibt kaum Raum für strategisches Denken, da unnötige Meetings, E-Mails und administrative Aufgaben Zeit fressen. Durch kluge Neustrukturierung und Automatisierung dieser Prozesse können Menschen ihre Fähigkeiten sinnvoll einsetzen und sparen Zeit, die sie für ihr Leben jenseits der Arbeit nutzen können. Gleichzeitig profitieren Unternehmen von mehr Produktivität.

Technologie bietet das Potenzial, Arbeit sinnstiftender und stressärmer zu gestalten. Wichtig ist jedoch ein verantwortungsvoller Einsatz: KI darf nicht für Stellenabbau missbraucht werden, sondern muss Arbeitsbedingungen verbessern. Unternehmen sollten klare Richtlinien schaffen, Zugang zu Tools ermöglichen und Mitarbeitende in der Nutzung schulen. So können Produktivitätsgewinne sinnvoll in eine nachhaltige Arbeitswelt investiert werden.

Ergänzend braucht es aber auch politische Rahmenbedingungen, die gerechte Zukunftsarbeit sichern. Unternehmen sollten Bildungsangebote priorisieren und digitale Kompetenzen als zentrale Investition verstehen. Nur so gelingt eine Arbeitswelt, in der Technologie gezielt für Menschlichkeit, Klimaschutz und eine bessere Zukunft genutzt wird.

Sara Weber Autorin und Arbeitsexpertin

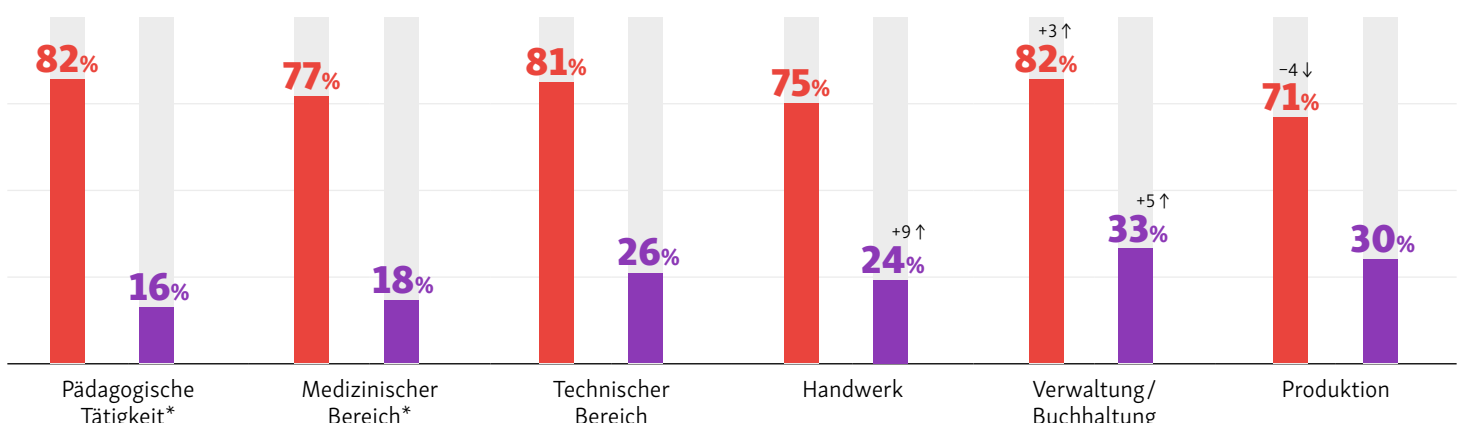
Das ausführliche Interview finden Sie unter diesem QR-Code.



Vogel-Strauß-Effekt nach Tätigkeiten

Basis: Berufstätige (n=4.449); Abweichungen in Prozentpunkten; Top3 (Ganz bestimmt/Sehr wahrscheinlich/Eher wahrscheinlich);*modifizierte Abfrage ggü. 2023

■ Wegfall **ganzer** Berufe ■ Wegfall **eigener** Beruf



Digitaler und grüner Wandel



Relevanz

Grüner und digitaler Wandel sind eng verknüpft und beide sind entscheidend für eine nachhaltige Zukunft. Digitale Technologien können CO₂-Emissionen senken, Prozesse optimieren und Ressourcen sparen, verbrauchen aber auch viel Energie und Ressourcen. Die Gesellschaft ist mittelbar Akteur, denn eine informierte und motivierte Bevölkerung könnte die Nachfrage nach nachhaltigen Lösungen schaffen und hätte eine Hebelwirkung, um politische und unternehmerische Entscheidungen zu beeinflussen. Digitale Tools ermöglichen eine aktive Beteiligung am Umweltschutz, dennoch sind Initiativen nötig, die die Menschen abholen und digitale Nachhaltigkeit als Chance sichtbar machen – für eine Transformation, die ökologisch und sozial wirkt.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Digitale Angebote haben nicht nur einen ökologischen Fußabdruck, sondern auch einen Handabdruck

Fast die Hälfte der Menschen nutzt bewusst digitale Möglichkeiten auch, um Umwelt und Klima zu schonen. Diese Angebote helfen, an anderer Stelle Ressourcen-Fußabdrücke zu senken – ein echter positiver Handabdruck. Das Prinzip nützt häufig auch der Gesundheit und dem Geldbeutel, und wir sollten zügig auch die Noch-nicht-Nutzenden ins nachhaltige digitale Boot holen.

Maria Hinz Teamleiterin Gesunde Arbeit, Diversity, Nachhaltigkeit und CDR, BARMER

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Mit Digitaltechnologien gegen den Klimawandel

Ein zukunftsorientiertes Deutschland ist sowohl digital als auch »grün« – das ist kein »Entweder-Oder«. Digitale Technologien sind essenziell bei der Bekämpfung des Klimawandels. Beispielsweise kann der Einsatz Künstlicher Intelligenz die Energieeffizienz um bis zu 20 Prozent steigern und somit die Emissionen erheblich reduzieren. Digitale Werkzeuge sind zudem unerlässlich für die Entwicklung von Frühwarnsystemen, einer resilienten Infrastruktur und präziser Umweltüberwachung. Mit umfangreichen Investitionen von Staat und Unternehmen in die Digitalisierung fördern wir gleichzeitig mehr Nachhaltigkeit.

Claudia Ahrens Direktorin, Deloitte Consulting GmbH

Einfluss der Digitalisierung auf Umwelt und Klima

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten ggü. 2021

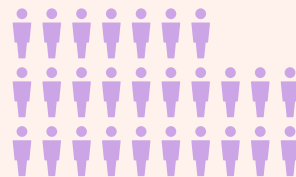
30%^{-4↓}

Eher **positiver** Einfluss



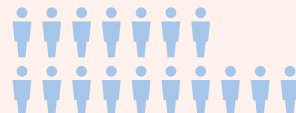
27%^{-8↓}

Eher **negativer** Einfluss



27%^{+7↑}

Kein **bedeutsamer** Einfluss

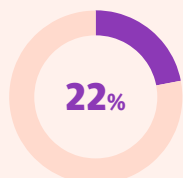


17%^{+6↑}

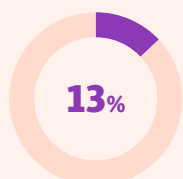
Keine Angabe

Top 3 genutzte digitale Möglichkeiten für mehr Umweltschutz

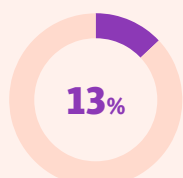
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)



Nutzung von Online-Diensten, um gebrauchte statt neue Dinge zu kaufen, z. B. Nachbarschaftsapps



Digitale Überwachung bzw. Steuerung meines Energieverbrauchs zu Hause, z. B. durch Smart-Home-Anwendungen



Informationssuche im Internet zu den Auswirkungen meines Verhaltens auf die Umwelt

44%^{-5 ↓}



»Wenn ich digitale Anwendungen nutze, fehlen mir oft Informationen dazu, welchen Einfluss das auf die Umwelt hat.«

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237);
Top2 (Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu);
Abweichungen in Prozentpunkten ggü. 2022

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Ohne Transparenz wenig Wirkung

Die Digitalisierung bietet enormes »grünes« Potenzial, z. B. durch einfache Informationen zum CO₂-Abdruck von Produkten. Eine starkes »Empowerment« der Verbraucher*innen scheint zum Greifen nah. Anstatt Fortschritte zu verzeichnen, können nur Wenige den Umwelteinfluss von Digitalisierung überhaupt einschätzen – es gilt, diese Informationslücke zu schließen, um dieses »grüne Potenzial« der Digitalisierung zu heben.

Timo Graf von Koenigsmarck Leiter Public Sector Capgemini Invent Deutschland



INTERVIEW: EXPERT*INNEN

Digitalisierung und Nachhaltigkeit: Zwischen Hoffnung und Herausforderung

Die Digitalisierung weckt Hoffnungen, ressourcenintensive Prozesse umweltverträglicher gestalten zu können. Doch eine klare Bilanz fällt schwer. Die Rohstoffe für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) werden teils unter problematischen sozialen und ökologischen Bedingungen abgebaut. Während der Nutzungsphase steigt der Energieverbrauch stetig, aktuell besonders durch den KI-Boom getrieben. Am Lebensende klafft zudem eine große Lücke zwischen anfallendem und recyceltem Elektroschrott.

Die politisch angestrebte »Twin Transition« – die Kopplung von digitaler und grüner Transformation – ist keineswegs selbstverständlich. Während die digitale Transformation wirtschaftlich attraktiv ist, fehlt der grünen Transformation oft der finanzielle Anreiz. Politische Maßnahmen setzen häufig auf Freiwilligkeit, obwohl ambitioniertere Vorgaben angesichts der Klimakrise notwendig wären.

Digitale Technologien ermöglichen Ressourceneinsparungen, etwa durch energieeffiziente Robotik oder smarte Energiesysteme. Doch diese Ansätze adressieren lediglich das Paradigma der Effizienz. Für eine echte Transformation müssen auch Konsistenz – das Verwenden von erneuerbaren Ressourcen oder deren Kreislauf-führung – und Suffizienz – das Maßhalten – gestärkt werden.

Digitale Technologien allein werden diese Herausforderungen nicht lösen. Sie bleiben ein Werkzeug. Die Digitalisierung bietet enormes Potenzial, wenn wir sie gezielt und verantwortungsvoll einsetzen. Der entscheidende Faktor ist, wie wir als Gesellschaft diesen Wandel gestalten und die Chancen für eine nachhaltigere Zukunft nutzen.

Prof. Dr. Grischa Beier Forschungsinstitut für Nachhaltigkeit, Helmholtz-Zentrum GFZ

Das ausführliche Interview finden Sie unter diesem QR-Code.



Key Take-Aways

#1 Überforderung: Immer mehr Menschen sehen in der Digitalisierung weder Chance noch Herausforderung für Umwelt und Klima, was die Komplexität des Themas widerspiegelt, aber auch auf eine Überforderung hindeutet.

#2 Aufklärung entscheidend: 44 Prozent vermissen Informationen über die Auswirkungen digitaler Tools. Es muss klar sein, welchen positiven oder negativen Beitrag das eigene digitale Verhalten leistet.

#3 Kommunikation als Schlüssel: Durch gezielte Ansprache und Motivation können breitere Bevölkerungsschichten für nachhaltiges digitales Handeln gewonnen werden.

Wissen und Einstellung der Bürger*innen

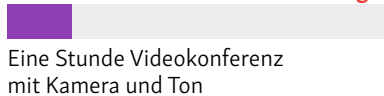
2021 glaubte rund jede*r Dritte entweder an einen eher positiven (34 Prozent) oder einen eher negativen (35 Prozent) Einfluss der Digitalisierung auf Umwelt und Klima. In den letzten Jahren hat sich eine »Digitalisierungsmüdigkeit« breitgemacht: Immer mehr Menschen sehen in der Digitalisierung weder eine große Chance noch eine Herausforderung für Umwelt und Klima. Fast jede*r Fünfte gibt an, keine Einschätzung vornehmen zu können – Tendenz steigend. Als einzige Bevölkerungs-gruppe ist die Generation Z+ im Vergleich zu 2021 optimistischer.

Zentrale Gründe sind mangelnde Aufklärung und Komplexität, gepaart mit hoher Dynamik: Viele wissen nicht, wie digitale Anwendungen das Klima beeinflussen. Zwar ist bekannt, dass E-Mails weniger CO₂ verursachen als Videokonferenzen, aber das Verhältnis zu Streaming, TikTok oder KI-Modellen wie ChatGPT ist vielen unklar. Notwendig ist nicht nur mehr Wissen über die komplexen Zusammenhänge, sondern auch darüber, wie jede*r Einzelne zur nachhaltigen digitalen Transformation beitragen kann – und Lust, einen aktiven Beitrag zu leisten.

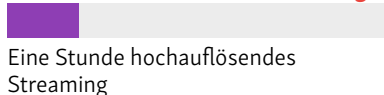
Einschätzung der CO₂-Belastung digitaler Anwendungen

Basis: Onliner*innen ab 14 Jahren (n = 5.108) – Frage wurde nur in der Online-Stichprobe gestellt

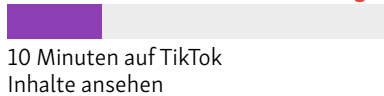
17% **Rang 1**



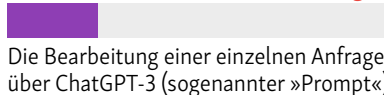
19% **Rang 2**



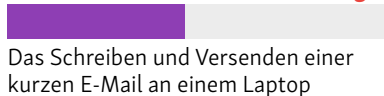
25% **Rang 3**



24% **Rang 4**



47% **Rang 5**



Generationen	korrekte Reihenfolge
Generation Z+	5%
Generation Y	5%
Generation X	5%
Babyboomer*innen	4%
Nachkriegsgeneration	6%
Generation bis 1945	7%
Bildung	
Niedrige Bildung	5%
Mittlere Bildung	4%
Hohe Bildung	6%
Gesamt	5%

i Lesehilfe: Die korrekte Rangfolge zeigt, dass eine Stunde Videokonferenz mit Kamera und Ton den höchsten CO₂-Beitrag hat. 17 Prozent der Onliner*innen haben diesen Rang richtig vergeben. In der Generation bis 1945 wurde am häufigsten die komplett richtige Rangfolge gewählt. Die Quellen, auf denen das Ranking beruht, finden Sie auf der Studienwebsite.

Einfluss der Digitalisierung auf Umwelt und Klima

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237); Abweichungen in Prozentpunkten ggü. 2021



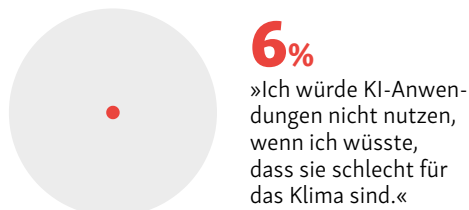
Generationen	Eher positiv	Eher negativ	Kein bedeutsamer Einfluss	Keine Angabe
Generation Z+	37% ^{+5↑}	27% ^{-6↓}	21%	14%
Generation Y	35% ^{-7↓}	26% ^{-8↓}	25% ^{+7↑}	13% ^{+6↑}
Generation X	29% ^{-8↓}	28% ^{-12↓}	28% ^{+12↑}	16% ^{+9↑}
Babyboomer*innen	24% ^{-6↓}	27% ^{-6↓}	30% ^{+5↑}	19% ^{+7↑}
Nachkriegsgeneration	23% ^{-8↓}	26% ^{-9↓}	31% ^{+12↑}	20% ^{+5↑}
Generation bis 1945	22%	26% ^{-6↓}	24%	28% ^{+8↑}
Bildung				
Niedrige Bildung	21%	26% ^{-8↓}	30% ^{+5↑}	24% ^{+5↑}
Mittlere Bildung	28% ^{-13↓}	24% ^{-9↓}	31% ^{+11↑}	17% ^{+10↑}
Hohe Bildung	38%	30% ^{-10↓}	21% ^{+5↑}	12% ^{+6↑}
Region				
Stadt	31% ^{-9↓}	30% ^{-4↓}	24% ^{+6↑}	15% ^{+7↑}
Land	21% ^{-9↓}	25% ^{-11↓}	36% ^{+15↑}	18% ^{+5↑}

Digitalisierung für ökologische Nachhaltigkeit nutzen

Die Gesellschaft braucht das Gefühl, mit ihrem Handeln einen Unterschied zu machen, und Verständnis dafür, dass eine ökologisch nachhaltige digitale Zukunft nur durch aktives Mitwirken erreicht werden kann. Aktuell nutzt nur ein Viertel digitale Möglichkeiten zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks; mehr als die Hälfte setzt hier keine digitalen Werkzeuge ein. Besonders aktiv sind Generation Z+ und Menschen mit höherer Bildung – sie schreiben der Digitalisierung auch häufiger einen überwiegend positiven Einfluss zu. Diese Haltung spiegelt sich in ihrem Handeln und zeigt, wie wichtig zielgruppengerechte Kommunikation ist, um breitere Bevölkerungsschichten für eine nachhaltige digitale Transformation zu gewinnen.

Schlechter Umwelteinfluss als Nutzungsbarriere von KI

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Mehrfachauswahl: max. 3 Hürden auswählbar



Generationen

Generation Z+	8%
Generation Y	6%
Generation X	6%
Babyboomer*innen	5%
Nachkriegsgeneration	6%
Generation bis 1945	5%

Bildung

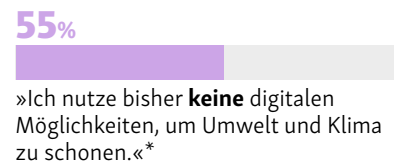
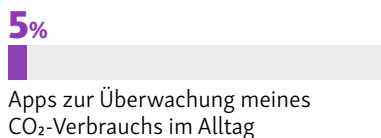
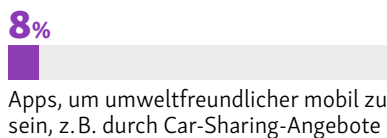
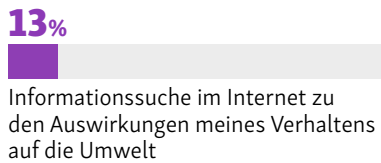
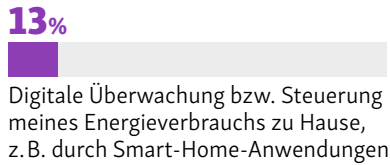
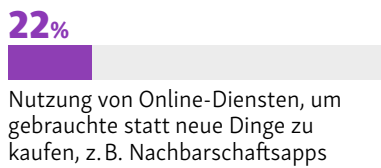
Niedrige Bildung	5%
Mittlere Bildung	6%
Hohe Bildung	7%

Berufstätigkeit

Mit Bürojob	7%
Ohne Bürojob	6%
Kein Beruf	6%

Nutzung digitaler Möglichkeiten für mehr Umweltschutz

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); *modifizierte Abfrage ggü. 2023



Generationen

Generation Z+	43%
Generation Y	40%
Generation X	56%
Babyboomer*innen	65%
Nachkriegsgeneration	73%
Generation bis 1945	88%

Bildung

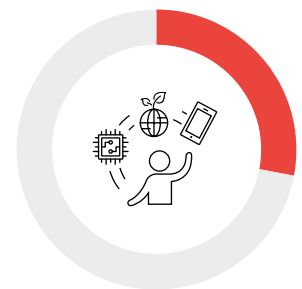
Niedrige Bildung	71%
Mittlere Bildung	57%
Hohe Bildung	42%

Nutzung digitaler Möglichkeiten zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



»Ich nutze digitale Möglichkeiten, um meinen ökologischen Fußabdruck zu verbessern (z. B. Internet-recherche zu umweltfreundlichen Produkten/Anbieter*innen).«



Generationen

Generation Z+	38% +3 ↑
Generation Y	34%
Generation X	29%
Babyboomer*innen	24%
Nachkriegsgeneration	20% +4 ↑
Generation bis 1945	5%

Bildung

Niedrige Bildung	17%
Mittlere Bildung	28%
Hohe Bildung	38%

Information und Kommunikation

Relevanz

Die Digitalisierung verändert die Kommunikation grundlegend. Soziale Medien bieten Raum für Dialog, Information und gesellschaftliche Teilhabe, können aber auch Manipulation und Polarisierung fördern. Immer mehr Menschen informieren sich hier über Politik – oft ohne ausreichende Medienkompetenz, dafür mit fehlenden Gatekeepern und schwer erkennbaren KI-generierten Inhalten. Das kann zur Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt werden. Gleichzeitig zeigen Bewegungen wie #MeToo oder #BlackLivesMatter, dass soziale Medien auch verbinden und Stimmen stärken können. Verantwortungsvolle Plattformen, Regulierung und Informationskompetenz sind entscheidend, um Demokratie und Zusammenhalt in Krisenzeiten zu schützen.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Die Stärke einer Demokratie wächst mit der Medienkompetenz ihrer Menschen

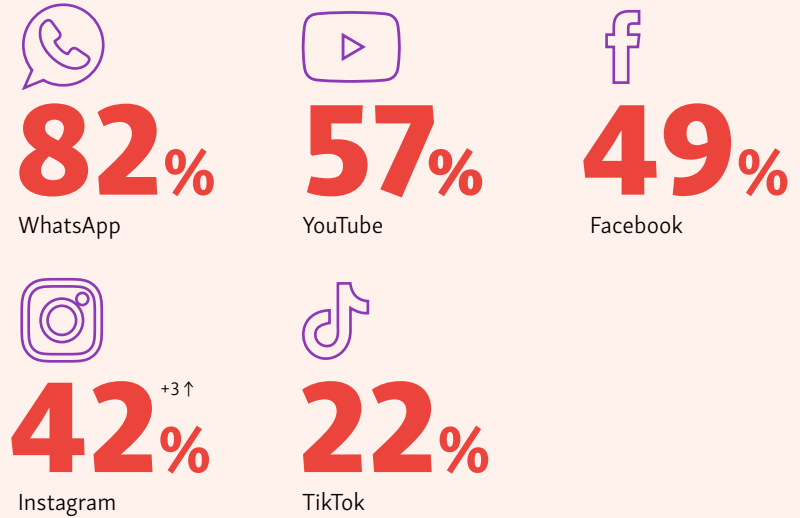
Die Digitalisierung verbessert den Zugang zu Bildung und Wissen. Sie öffnet aber auch Türen für Hass und Desinformation, die Demokratien erschüttern können. Hier sind wir als Gesellschaft gefragt. Medienkompetenz gehört auf den Stundenplan der Schulen, als Startpunkt für lebenslanges Lernen, das angesichts der digitalen Dynamik notwendig ist. Auch Unternehmen können helfen. Mit Programmen, Veranstaltungen und Materialien setzt O₂ Telefónica sich für mehr Medienkompetenz ein und fördert den kritischen Umgang mit digitalen Medien.

Valentina Daiber
Vorständin Legal & Corporate Affairs, O₂ Telefónica



Top 5 genutzte soziale Netzwerke

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=34.257); Abweichungen in Prozentpunkten



Information zu politischen Themen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

- (Fast) ausschließlich über klassische Medien
- In etwa genauso häufig über soziale wie über klassische Medien
- (Fast) ausschließlich über soziale Medien
- Generell keine Einholung von Informationen zu politischen Themen
- Keine Angabe/keine Internetnutzung



Informationskompetenzen

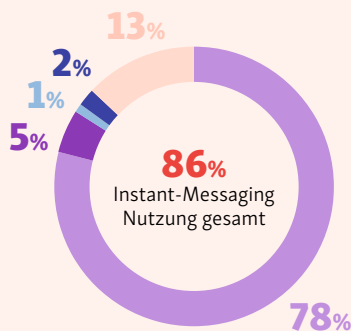
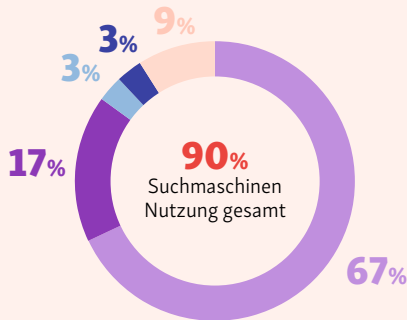
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



Nutzungshäufigkeit von Suchmaschinen und Messaging-Diensten

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237)

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



Kommunikationskompetenzen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



82%

»Ich kann Fotos oder Videos mit dem Smartphone machen und versenden.«



64%

»Ich kann mit feindseligen oder herabsetzenden Nachrichten im Internet umgehen.«

INTERVIEW: EXPERT*INNEN



Medienmündigkeit und Teilhabe: Schlüssel für die Zukunft

Die Digitalisierung sollte der Menschheit dienen, nicht umgekehrt. Sie bietet enorme Chancen: Demokratische Teilhabe wird gestärkt, Bildungsgerechtigkeit ermöglicht und der Zugang zu Wissen erweitert. Doch soziale Medien bergen Risiken: Algorithmen fördern polarisierende Inhalte, Desinformation verbreitet sich rasant und Plattformen werden oft mit öffentlicher Infrastruktur verwechselt. Das gefährdet das Vertrauen in Medien und Demokratie.

Medienbildung ist zentral. Sie muss von früh an in Schulen verankert sein, um Kinder zu medienmündigen Bürger*innen zu machen. 21st Century Skills gehören genauso dazu wie phänomenbasiertes Lernen, bei dem kritisches und lösungsorientiertes Denken gefördert wird. Doch Medienkompetenz allein reicht nicht. Vertrauen und gesellschaftlicher Zusammenhalt sind entscheidender. Denn Desinformation gedeiht dort, wo Respekt und Dialog fehlen.

Das Problem sozialer Medien: Alles wirkt gleich. Ernsthafte Inhalte konkurrieren mit Werbung und Unterhaltung, oft gewinnt, wer am lautesten schreit. Politische Akteure und Medien verstärken dies durch emotionalisierte Berichterstattung. Gleichzeitig schaffen alternative Medien und digitaler Aktivismus neue Räume für Teilhabe und Sichtbarkeit marginalisierter Gruppen.

Damit Demokratien resilienter werden, braucht es Plattformregulierung und transparente Algorithmen. Wichtiger ist jedoch, als Gesellschaft wieder in den Dialog zu treten. Demokratiebildung und Vertrauensaufbau sind entscheidend – online wie offline. Nur so kann die Digitalisierung ihr Potenzial entfalten: als Werkzeug für Teilhabe, Bildung und eine resiliente Demokratie.

Prof. Dr. Tong-jin Smith Professorin für Journalismus, Media University of Applied Science

Das ausführliche Interview finden Sie unter diesem QR-Code.



Key Take-Aways

- #1** **Veränderte Informationsgewohnheiten:** Jüngere Generationen nutzen verstärkt KI-gestützte Suchmaschinen und TikTok. Politische Informationen beziehen sie oft (fast) nur aus sozialen Medien – ein Risiko für faktenbasierte Meinungsbildung.
- #2** **Informationskompetenzen und Automation Bias:** 44 Prozent halten Suchmaschinen per se für vertrauenswürdig. Der Automation Bias und fehlende Informationskompetenzen erschweren die Beurteilung von Quellen.
- #3** **Algorithmische Polarisierung:** Algorithmen fördern häufig spaltende Inhalte und ein raues Diskussionsklima. Jüngere Generationen begegnen feindseligen Kommentaren aber oft souverän.

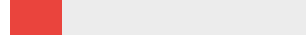
Informations- und Kommunikationsverhalten

Suchmaschinen und Messaging-Dienste sind heute unverzichtbar und werden von allen Generationen genutzt. Jüngere Generationen, insbesondere die Generation Z+, haben jedoch bereits die nächste Stufe der digitalen Kommunikation erreicht: KI-gestützte Suchmaschinen und videobasierte Formate wie TikTok prägen ihre Informationsgewohnheiten. Sorge bereitet, dass sie sich so häufig wie keine andere Generation ausschließlich über soziale Medien über politische Themen informieren. In Zeiten von Desinformation, Filterblasen und gezielter Einflussnahme durch staatliche und nichtstaatliche Akteur*innen aus dem Ausland birgt dieser Trend erhebliche Risiken für eine faktenbasierte Meinungsbildung.

KI als Informations- und Kommunikationsmittel

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)

17%

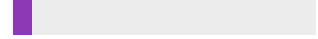


»Ich habe KI-Anwendungen schon mal als **Suchmaschine** genutzt.«

Bildung

Schüler*innen	35%
Niedrige Bildung	6%
Mittlere Bildung	11%
Hohe Bildung	27%

6%



»Ich habe KI-Anwendungen schon mal zur **Kommunikation** genutzt.«

Generationen

Generation Z+	11%
Generation Y	8%
Generation X	5%

Information zu politischen Themen nach Soziodemografie

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n = 7.237)

11%

»Ich informiere mich (fast) ausschließlich über **soziale Medien** (z. B. Facebook, Instagram, TikTok).«

Generationen

Generation Z+	29%
Generation Y	13%
Generation X	6%
Babyboomer*innen	4%
Nachkriegsgeneration	2%
Generation bis 1945	0%

Bildung

Schüler*innen	26%
Niedrige Bildung	8%
Mittlere Bildung	9%
Hohe Bildung	13%

Region

Alte Bundesländer	11%
Neue Bundesländer	10%
Stadt	12%
Land	11%

36%

»Ich informiere mich (fast) ausschließlich über **klassische Medien** (Fernsehen, Radio, Zeitschriften etc.).«

Generationen

Generation Z+	15%
Generation Y	26%
Generation X	45%
Babyboomer*innen	53%
Nachkriegsgeneration	50%
Generation bis 1945	23%

Bildung

Schüler*innen	14%
Niedrige Bildung	32%
Mittlere Bildung	40%
Hohe Bildung	38%

Region

Alte Bundesländer	36%
Neue Bundesländer	35%
Stadt	37%
Land	34%

11%

»Ich informiere mich **generell nicht** zu politischen Themen.«

Generationen

Generation Z+	16%
Generation Y	14%
Generation X	10%
Babyboomer*innen	8%
Nachkriegsgeneration	5%
Generation bis 1945	2%

Bildung

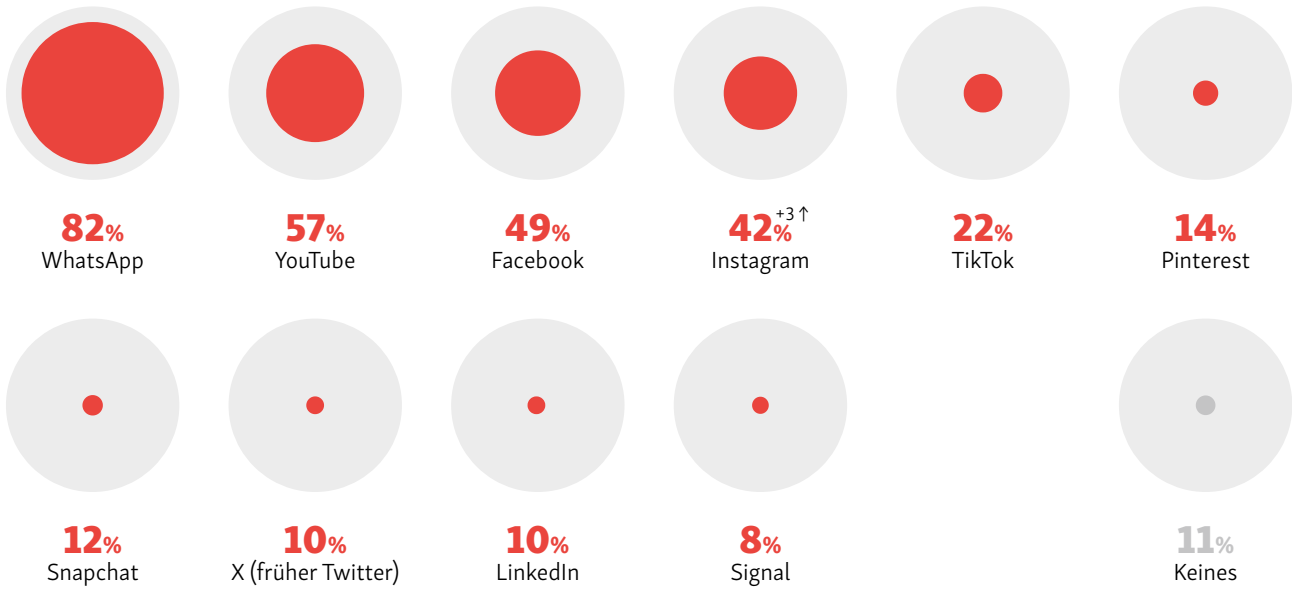
Schüler*innen	26%
Niedrige Bildung	13%
Mittlere Bildung	10%
Hohe Bildung	7%

Region

Alte Bundesländer	10%
Neue Bundesländer	11%
Stadt	8%
Land	14%

Top 10 der Social-Media-Nutzung

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=34.257); Abweichungen in Prozentpunkten

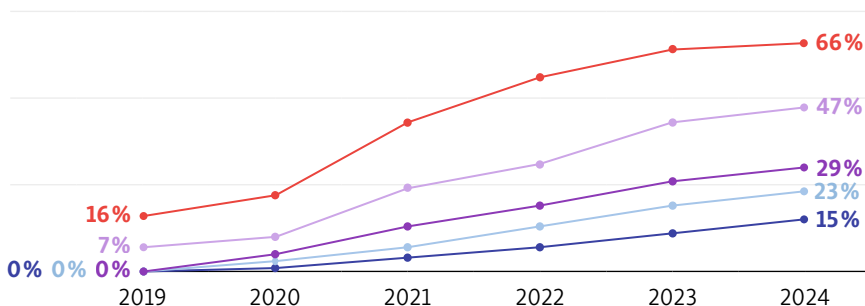


Generationen	WhatsApp	YouTube	Facebook	Instagram	TikTok	X (früher Twitter)	Nutzung insgesamt	Durchschnittliche Anzahl genutzter sozialer Medien
Generation Z+	92%	75%	45% ^{-4↓}	77%	55%	18%	99%	4,9
Generation Y	91%	70%	66%	59%	28%	14%	98%	4,2
Generation X	88%	63% ^{+4↑}	58%	39% ^{+3↑}	17%	10%	96%	3,5
Babyboomer*innen	81%	47%	45%	22% ^{+3↑}	8%	5%	89%	2,8
Nachkriegsgeneration	63%	31%	30%	10%	3%	3%	71%	2,3
Generation bis 1945	31%	9%	9%	3%	1%	1%	34%	1,7
Gesamt	82%	57%	49%	42%^{+3↑}	22%	10%	89%	3,7

Nutzung von TikTok im Zeitverlauf nach Altersgruppen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=34.257)

■ 14-19 Jahre ■ 20-29 Jahre ■ 30-39 Jahre ■ 40-49 Jahre ■ 50-59 Jahre



Gesellschaftliche Relevanz der Digitalisierung

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Top2 (Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu); Abweichungen in Prozentpunkten



»Durch das Internet kann ich mich leichter gesellschaftlich einbringen.«



»Die Digitalisierung stellt eine Gefahr für die Demokratie dar.«

Informations- und Kommunikationskompetenzen

Eine wehrhafte Demokratie erfordert einen offenen, sachlichen Austausch auf Basis geteilter Wahrheiten. Die Vielzahl an Informationen im Netz und fehlende Gatekeeper erschweren diesen zunehmend. Oft werden Falschinformationen unbeabsichtigt verbreitet, da sie nicht überprüft werden. Der Automation Bias verstärkt das: 44 Prozent der Menschen vertrauen darauf, dass Suchmaschinen nur seriöse Quellen anzeigen. Viele, insbesondere ältere Menschen und solche mit niedriger Bildung, fühlen sich bei der Informationsbewertung überfordert. Zudem fördern algorithmisch verstärkte Polarisierung und gezielte Manipulation die Spaltung. Positiv ist, dass jüngere Generationen wie Z+, Y und X feindseligen Kommentaren oft souverän begegnen.

STATEMENT: PARTNER*INNEN

Transparenz als Voraussetzung für Akzeptanz digitaler Angebote

Transparenz in Bezug auf digitale Angebote und Künstliche Intelligenz umfasst sowohl die regelmäßige Bereitstellung verständlicher Informationen als auch den Austausch, also die Kommunikation darüber. Nur so kann die Kluft zwischen eigenem Verständnis und den Angeboten geschlossen werden. Staatliche wie private Akteure sind hierbei gefordert, für Transparenz zu sorgen.

Dr. Irina Eckardt Director PwC Strategy&

Kommunikationskompetenzen nach Soziodemografie

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



64%

»Ich kann mit feindseligen oder herabsetzenden Nachrichten im Internet umgehen.«

Generationen

Generation Z+	76%
Generation Y	70% -5 ↓
Generation X	71%
Babyboomer*innen	62%
Nachkriegsgeneration	48% +6 ↑
Generation bis 1945	13% -5 ↓

Bildung

Schüler*innen	78% +4 ↑
Niedrige Bildung	42%
Mittlere Bildung	64%
Hohe Bildung	79%



82%

»Ich kann Fotos oder Videos mit dem Smartphone machen und versenden.«

Generationen

Generation Z+	88%
Generation Y	88%
Generation X	90%
Babyboomer*innen	83%
Nachkriegsgeneration	70%
Generation bis 1945	27% -6 ↓

Bildung

Schüler*innen	89%
Niedrige Bildung	65% -3 ↓
Mittlere Bildung	85%
Hohe Bildung	90%

Vertrauen in die Richtigkeit von Informationen in Suchmaschinen

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Top2 (Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu)

44%

»Wenn ich Informationen über Suchmaschinen suche, dann gehe ich davon aus, dass mir nur vertrauenswürdige Quellen angezeigt werden.«



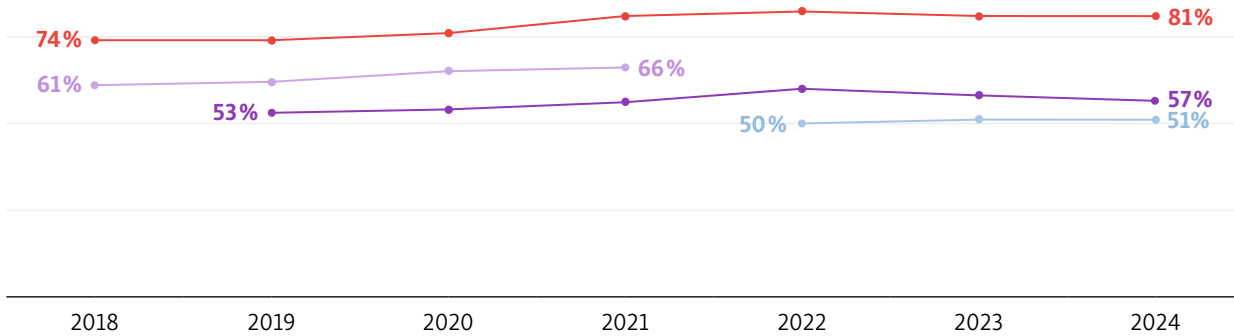
Bildung

Schüler*innen	47%
Niedrige Bildung	43%
Mittlere Bildung	49%
Hohe Bildung	40%

Informationskompetenzen im Zeitverlauf

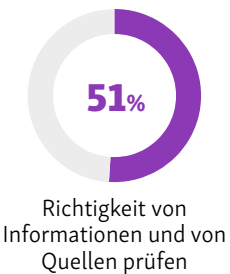
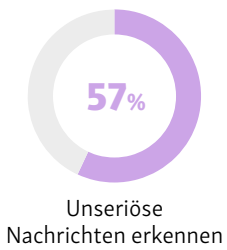
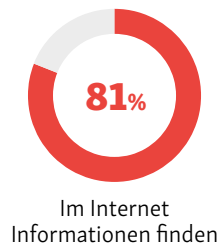
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (2024: n=7.237); Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)

- Im Internet Informationen finden
- Bei Internetrecherchen mehr als eine Quelle verwenden
- Unseriöse Nachrichten erkennen
- Richtigkeit von Informationen und ihren Quellen im Internet prüfen



Informationskompetenzen nach Soziodemografie

Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren (n=7.237); Abweichungen in Prozentpunkten; Top2 (Trifft voll und ganz zu/Trifft eher zu)



	Im Internet Informationen finden	Unseriöse Nachrichten erkennen	Richtigkeit von Informationen und von Quellen prüfen
Generationen 👨👩👧👦			
Generation Z+	87% -3↓	67% -5↓	63% -3↓
Generation Y	85%	66%	61%
Generation X	89%	60%	54%
Babyboomer*innen	83%	52%	44%
Nachkriegsgeneration	70%	43% +3↑	34%
Generation bis 1945	30%	22% +6↑	13%
Bildung 🎓			
Schüler*innen	89%	59% -5↓	60%
Niedrige Bildung	62%	33%	29%
Mittlere Bildung	85%	58%	47%
Hohe Bildung	91%	75%	68%

Impressum

Herausgeberin

Initiative D21 e.V.

Ansprechpartner*innen Presse

Initiative D21 e.V.

Esther Ecke

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 030 7675853 57

presse@initiated21.de

Kantar

Viktoria Becker

Public Relations

Telefon 069 867907934

viktoria.becker@kantar.com

Projektleitung und Redaktion

Sandy Jahn, Initiative D21 e.V.

Stefanie Kaste, Initiative D21 e.V.

Stefanie Exel, Kantar

Amelie Nitka, Kantar

Gefördert durch

Bundesministerium für Wirtschaft
und Klimaschutz

Premiumpartner*innen

aconium GmbH

Atruvia AG

Amazon Web Services EMEA SARL, Niederlassung Deutschland

Deloitte Consulting GmbH

Digitalagentur Thüringen GmbH

Google Germany GmbH

HUAWEI TECHNOLOGIES Deutschland GmbH

ING Deutschland

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG

Classic Partner*innen

BARMER

Capgemini Deutschland GmbH

PwC Strategy& (Germany) GmbH

Unterstützer*innen

Bundesagentur für Arbeit

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

Didacta Verband e.V. – Verband der Bildungswirtschaft

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

Grafik und Design

mc-quadrat

Markenagentur und Kommunikationsberatung, Berlin

Druck

Druckhaus Sportflieger

Bildnachweise: Seite 10 © Bernhard Ludewig; Seite 26 © Maya Claussen



D21-Digital-Index 2024/25, eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von Kantar, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz. Ausnahmen bilden die aufgeführten Bilder. März 2025.

Lesehilfe

Untergruppen in Grafiken

»Generation Z+ 14 Prozent« bedeutet, dass sich in der Generation Z+ in den letzten 12 Monaten 14 Prozent kein Wissen zu digitalen Themen angeeignet haben. Das sind 6 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

53% 

»Ich habe mir in den letzten 12 Monaten **kein** Wissen zu digitalen Themen angeeignet.«

Generationen

Generation Z+	14% +6 ↑
Generation Y	21%

Darstellungshinweise

Definition Bildungsniveau

Auf Basis der formalen Schulbildung (höchster Schulabschluss):

- Niedrige Bildung: Kein Schulabschluss/Volks-/Hauptschule
- Mittlere Bildung: Mittlere Reife
- Hohe Bildung: (Fach-)Abitur

Definition Einkommensniveau

Relative Betrachtung auf Basis des in der Befragung ermittelten Medians des Haushaltsnettoeinkommens (kurz: HH-NEK, 2024: 2.750 Euro).

- Einkommensschwach: Personen, deren Einkommen bei 69 Prozent des Medians liegt oder niedriger
- Mittelschicht: Personen mit einem Einkommen zwischen 70 Prozent bis unter 150 Prozent des Medians
- Einkommensstark: Personen, deren Einkommen bei 150 Prozent des Medians liegt oder höher

Definition Regionalität

Auf Basis von Einwohner*innenzahlen:

- Stadt: Großstädte ab 500.000 Einwohner*innen
- Land: Ländliche Regionen unter 20.000 Einwohner*innen

Definition Berufstätigkeit

Berufstätigkeit schließt auch Personen in beruflicher Ausbildung mit ein. Für Büro- und Schreibtischtätigkeiten wird einheitlich der Begriff »Bürojob« verwendet.

Generationenbetrachtung

Anstelle einer reinen Altersbetrachtung werden die Ergebnisse der Studie vor dem Hintergrund einzelner Generationen mit ihren kollektiven Erfahrungen dargestellt. Eine ausführliche Beschreibung der Generationen im Kontext der digitalen Entwicklung finden Sie im D21-Digital-Index 2021/22, Seite 7:

- Generation Z+: Generation Z = 1996–2009 (aktuell 15–28 Jahre).
Die Studie erfasst Personen ab 14 Jahren. Der älteste Jahrgang der an die Generation Z angrenzenden Generation Alpha (2010–2025) wird aufgrund einer zu geringen Fallzahl zusammen mit ihr als Generation Z+ ausgewiesen.
- Generation Y: 1981–1995 (aktuell 29–43 Jahre)
- Generation X: 1966–1980 (aktuell 44–58 Jahre)
- Babyboomer*innen: 1956–1965 (aktuell 59–68 Jahre)
- Nachkriegsgeneration: 1946–1955 (aktuell 69–78 Jahre)
- Generation bis 1945: aktuell 79 Jahre oder älter



Hier geht es zur Studienwebsite mit zusätzlichen Materialien und den Grafiken aus der Studie zum Download.

