

# DIGITALES LEBEN

Rollenbilder und Geschlechterunterschiede im Privaten,  
Professionellen und im Zwischenmenschlichen

#DigitalesLeben

Durchgeführt von:

**ITM**

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# INHALT

<b>Grußworte</b> .....	3
<b>Hintergrund und Methodik</b> .....	6
<b>Kernergebnisse und Handlungsempfehlungen</b> .....	8
<b>Digitales Leben und Geschlechterunterschiede</b>	
Zugang zum digitalen Leben.....	10
Kritische Diskussion.....	11
<b>IM PRIVATEN</b>	
<b>Lebensbereich „Zuhause, Familie und Freizeit“</b>	
Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs.....	12
Lagebild der Digitalen Gesellschaft.....	13
Kritische Diskussion inkl. Expertenstatements.....	17
Fazit und Handlungsempfehlungen.....	21
<b>IM PROFESSIONELLEN</b>	
<b>Lebensbereich „Bildung, Kompetenzen und Beruf“</b>	
Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs.....	22
Lagebild der Digitalen Gesellschaft.....	23
Kritische Diskussion inkl. Expertenstatements.....	31
Fazit und Handlungsempfehlungen.....	36
<b>IM ZWISCHENMENSCHLICHEN</b>	
<b>Lebensbereich „Soziale Medien, Kommunikation und Vorbilder“</b>	
Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs.....	38
Lagebild der Digitalen Gesellschaft.....	38
Kritische Diskussion inkl. Expertenstatements.....	46
Fazit und Handlungsempfehlungen.....	50
<b>Danksagung</b> .....	52
<b>Quellen-/Literaturverzeichnis</b> .....	53
<b>Impressum</b> .....	55



### Hannes Schwaderer

Präsident der Initiative D21 |  
Country Manager,  
Intel Deutschland GmbH

## VORWORT

### LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

vor 60 Jahren beschloss der Bundestag die Gleichstellung von Mann und Frau. Seitdem hat sich viel getan. Und doch bleibt es die Aufgabe von jedem und jeder von uns, uns für die gerechte Teilhabe und Chancengleichheit aller Bürgerinnen und Bürger einzusetzen.

Vor 20 Jahren wurde die Initiative D21 mit dem Ziel gegründet, die digitale Spaltung der Gesellschaft zu verhindern. Für Geschlechtergerechtigkeit in der digitalisierten Welt setzen wir uns deshalb auf vielfältige Weise ein – sei es die Unterstützung der Initiative Klischeefrei für Berufs- und Studienwahl frei von Geschlechterklischees, unser Diversity Codex oder die kritische Betrachtung und Diskussion von Geschlechterunterschieden in unseren Studien.

Die Corona-Krise hat uns gezeigt, wie wichtig die Möglichkeit zur Teilhabe am digitalen Leben ist. Bereits in der gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum für Technik-Diversity-Chancengleichheit veröffentlichten Studie „Digital Gender Gap“ haben wir gesehen, dass diese Teilhabe in den betrachteten Bereichen Digitale Kompetenzen, Offenheit für Digitalisierung und Digitales Arbeiten immer noch ungleich zwischen Männern und Frauen gestaltet ist. In der nun vorliegenden Sonderauswertung des D21-Digital-Index 2019/2020 untersuchen wir, wie sich das digitale Leben im Privaten, im Professionellen und auch im Zwischenmenschlichen für die Geschlechter gestaltet.

Da wir in unserem D21-Digital-Index jedes Jahr sehen, dass der Digitalisierungsgrad und seine Komponenten z. T. stark zwischen verschiedenen Bildungsgraden, Altersgruppen und Beschäfti-

gungsmodellen variieren, haben wir auch in diesem Jahr verschiedene soziodemografische Merkmale in unsere Betrachtung miteinbezogen. Wir sehen, dass sich die jüngeren und die höher gebildeten Frauen im digitalen Leben in manchen Bereichen bereits genauso gut oder sogar sicherer bewegen, als Männer dies tun. Wir finden aber auch tiefe Gräben, etwa was die Wahrnehmung der Chancen von Digitalisierung für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie betrifft.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie machen eines sehr deutlich - die Chancenungleichheit von Frauen gegenüber Männern ist auch im digitalen Leben vornehmlich ein strukturelles Problem und sollte auch als solches angegangen werden. Frauen dürfen nicht allein dafür verantwortlich sein, dass sie von der Digitalisierung im gleichen Maße profitieren wie Männer. Wir sehen dies als eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, zu der jeder und jede etwas beitragen kann – sei es als Vorbild für ein neues Rollenverständnis oder als Mitglied einer privilegierten Gruppe, welches sein Privileg nutzt, um gerechtere Teilhabechancen zu ermöglichen.

Nur gemeinsam können wir es schaffen, dass alle Menschen in Deutschland von den Chancen der Digitalisierung bestmöglich profitieren können. Dies bedeutet, Ungleichheiten zu erkennen und entgegenzuwirken.

Diese Studie soll hierfür hilfreiches Wissen liefern und wir hoffen, Ihnen hiermit einige Impulse an die Hand zu geben.

Hannes Schwaderer

# GRUSSWORT



**Peter Altmaier**

Bundesminister für  
Wirtschaft und Energie

**SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,** der Erfolg unserer deutschen Wirtschaft basiert seit jeher auf Innovationen, herausragenden Produkten und einem äußerst starken Mittelstand. Der zukünftige Wohlstand unserer Gesellschaft wird in erheblichem Maße davon abhängen, ob wir die Chancen der Digitalisierung beherzt ergreifen.

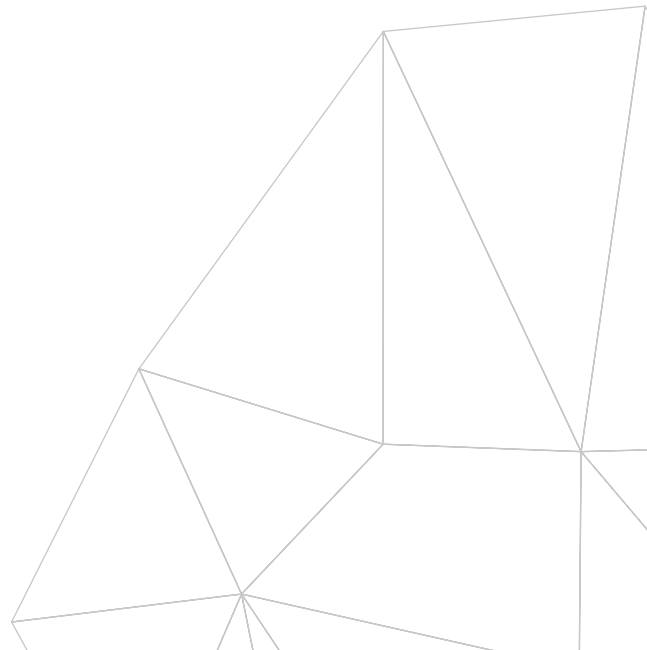
Dies hat sich einmal mehr in der Coronakrise gezeigt: Wir haben in wenigen Wochen nachgeholt, was uns in der Vergangenheit nicht immer gut gelungen ist: Digitalisierung unter Hochdruck und in äußerst rasantem Tempo. Hieran wollen wir auch über die Krise hinaus anknüpfen. Dafür brauchen wir Lust auf Digitalisierung und viele neue Ideen und zwar von Frauen wie Männern gleichermaßen.

Genau hier gibt es aber nach wie vor zum Teil noch deutliche Unterschiede. So zeigt die vorliegende Sonderauswertung zum D21-Digital-Index 2019/2020, dass Frauen derzeit insgesamt noch weniger digitalaffin sind als Männer und statistisch gesehen oft ein geringeres Interesse an Digitalthemen haben. Positiv ist hingegen, dass sich die jüngeren Generationen hier angleichen.

Viele junge Frauen haben sehr großes Interesse an der Digitalisierung und wollen die für sie darin bestehenden Chancen nutzen. Als Bundeswirtschaftsministerium setzen wir uns daher unter anderem mit Initiativen wie „Starke Frauen. Starke Wirtschaft“ oder „FRAUEN unternehmen“ für Chancengleichheit im Wirtschaftsleben und weibliches Unternehmertum ein, insbesondere auch im Bereich der Digitalisierung.

Ich danke der Initiative D21 für die wichtige Sonderauswertung und hoffe, dass die festgestellten Unterschiede über die Jahre verschwinden werden. Denn wenn wir die digitale Innovationskraft unseres Landes bewahren wollen, brauchen wir hierfür Männer wie Frauen gleichermaßen.

Ihr Peter Altmaier





**Dr. Franziska Giffey**

Bundesministerin für Familie,  
Senioren, Frauen und Jugend

## GRUSSWORT

### **SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,**

„mind the gap“, sicher kennen Sie die Ansage aus der Londoner U-Bahn? Auch in dieser Publikation geht es um Lücken. Aber nicht um die Lücke zwischen Zug und Bahnsteigkante oder die Entgeltlücke zwischen Frauen und Männern, sondern um die digitale Lücke. Und auch die hat es in sich. Eine gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern in der digitalen Welt haben wir bis heute nicht erreicht. Das zeigt die Sonderauswertung des D21-Digital-Index zu „Digitales Leben“.

Eine Erklärung dafür liegt in den altbekannten Rollenmustern. Frauen arbeiten häufiger in schlechter bezahlten Berufen – und öfter in Teilzeit. Männer hingegen sind oft in besser bezahlten technischen Berufen zu finden, wo sie in Vollzeit arbeiten. Und es ist gerade die Berufstätigkeit, die den Umgang mit und den Zugang zu Digitalisierung fördert. Zudem zeigen Frauen, die zum Beispiel durch Kinderbetreuung und Berufstätigkeit mehrfach belastet sind, durchweg eine geringere Bereitschaft, sich mit der Digitalisierung und ihren Möglichkeiten zu beschäftigen. Es liegt auf der Hand: Damit Frauen die Chancen der Digitalisierung besser nutzen können, müssen wir auch die unbezahlte Betreuungs- und Pflegearbeit gerechter verteilen. Denn wer sich um Kinder oder Eltern kümmert, hat weniger Zeit für einen Computerkurs oder die neusten Apps fürs Handy.

Auf Bundesebene arbeitet mein Ministerium mit dem Ausbau der Kinderbetreuung und der Stärkung von Frauenrechten daran, die Hindernisse aus dem Weg zu räumen, die Frauen davon abhalten, ihr Leben nach ihren Vorstellungen zu gestalten. Es ist auch unsere Aufgabe sicherzustellen, dass Frauen bei der Digitalisierung nicht ins Hintertreffen geraten.

Die Zusammenhänge von Digitalisierung und Gleichstellung haben wir daher zum Schwerpunkt des Dritten Gleichstellungsberichts gemacht. Aktuell arbeiten elf Sachverständige am Gutachten zu diesem Bericht. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler werden Vorschläge erarbeiten, wie wir Hürden abbauen und die Digitalisierung zum Vorteil aller gestalten können. Damit Frauen und Männer in gleichem Maße von ihr profitieren. Dafür setze ich mich ein.

Jetzt wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre. Und immer daran denken: „mind the gap!“

Ihre Dr. Franziska Giffey

# HINTERGRUND UND METHODIK

## **DIE INITIATIVE D21 MISST MIT DEM D21-DIGITAL-INDEX<sup>1</sup> SEIT 2001 DEN DIGITALISIERUNGSGRAD DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG AB 14 JAHREN.**

In der gesamten Zeit wurde immer wieder ein sog. „Digital Gender Gap“ gemessen, der den Vorsprung der Männer im Vergleich zu den Frauen hinsichtlich Internetnutzung und Digitalisierungsgrad/Digital-Index\* beschreibt. Die Unterschiede wurden in den Publikationen immer wieder erörtert und diskutiert.

Im Januar 2020 wurde zusammen mit dem Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. (kompetenz) die Sonderstudie „Digital Gender Gap“<sup>2</sup> zu diesem Thema veröffentlicht, die es sich zum Ziel gesetzt hatte, potenzielle Zugangsbarrieren zur Digitalisierung für Frauen in unterschiedlichen Lebenssituationen zu identifizieren. Die Analysen beleuchteten vielfältige weibliche Digitalisierungsprofile, indem sie das Geschlecht mit relevanten anderen Merkmalen wie Alter, beruflichem Status, Erwerbsumfang und Kindern im Haushalt, verknüpften. Die inhaltlichen Schwerpunkte der Sonderauswertung lagen auf den Kompetenzen und der Offenheit gegenüber der Digitalisierung. Des Weiteren thematisierte sie insbesondere digitales Lernen und Arbeiten und konzentrierte sich daher auf das Alterssegment der 14- bis 65-Jährigen.


\* Der Digital-Index der Initiative D21 e. V. misst den Digitalisierungsgrad der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren auf einer Skala von 0 bis 100 (höchster Wert). Er besteht aus den vier Säulen Zugang, Nutzungsvielfalt, Kompetenz und Offenheit. Der im D21-Digital-Index 2019/2020 ausgewiesene Gesamtwert für die Bevölkerung liegt bei 58.

Das Thema Chancengleichheit von Männern und Frauen ist ein anhaltender Diskurs, der auch politisch geführt wird (vgl. z. B. die Veranstaltungsreihe des BMWi „Starke Frauen. Starke Wirtschaft“). Es besteht Bedarf, das Thema der Teilhabe und Chancengleichheit von Männern und Frauen am digitalen Leben weiter zu vertiefen. Das Ziel der vorliegenden Studie ist nun ein thematischer „Deep Dive“ mit Fokus auf Rollenbilder der Geschlechter in drei zentralen Lebensbereichen, anhand derer sich gut die unterschiedlichen Lebenssituationen zwischen den Geschlechtern aufzeigen lassen:

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

Dabei werden auch verschiedene Subgruppen betrachtet, um die Gründe für bestehende Geschlechterunterschiede zu eruieren. Der Schwerpunkt liegt dabei auf folgenden Gruppen, da sich hier besonders interessante Unterschiede gezeigt haben:

- ▶ 18–39-Jährige (z. T. im Vergleich zu den 65+-Jährigen)
- ▶ Hohe Schulbildung = Abitur (z. T. im Vergleich zur niedrigen Schulbildung = Hauptschule oder kein Abschluss)
- ▶ Berufstätige mit Kindern im Haushalt
- ▶ OnlinerInnen



In der Summe geht es darum herauszufinden, wie sich das digitale Leben von Männern und Frauen gestaltet, warum in bestimmten Kontexten Frauen weniger „digital“ zu sein scheinen als Männer, was genau jeweils unter Digitalisierung zu verstehen ist und inwieweit dies bestehende Rollenbilder verstärkt oder konterkariert.

Methodisch wird dabei ein Vierklang besprochen:

1. Sonderauswertung der Ergebnisse des D21-Digital-Index 2019/2020
2. Sekundärforschung mit dem Fokus auf Geschlechter, Rollenbilder und Digitalisierung (inkl. Integration interessanter Ergebnisse anderer Studien)
3. Bewertung und Einordnung der Ergebnisse durch das kompetenz (insbesondere vor dem Hintergrund der Geschlechtertheorie und aktueller Genderdebatten)
4. Kommentierung der Ergebnisse durch die multiperspektivische Sichtweise von ExpertInnen aus verschiedenen Disziplinen als Blick aus der Praxis („Expertenstatements“)

Da nicht alle Ergebnisse und Analysen in der Studie dargestellt werden können, wird zusätzlich zu dieser Publikation ein Datenanhang veröffentlicht, der alle untersuchten Fragestellungen und Untergruppen tabellarisch aufführt.

Die Studie und der Datenanhang sind zu finden unter: → [Studienseite](#)

## **DIE DREI KAPITEL ZU DEN LEBENSBEREICHEN SIND JEWEILS GLEICH AUFGEBAUT:**

### **ABSCHNITT 1**

#### **Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs**

- ▶ Kurze Einführung inkl. Darstellung der Relevanz des Lebensbereichs, u. a. anhand von relevanten Studien (Sekundärforschung)

### **ABSCHNITT 2**

#### **Lagebild der Digitalen Gesellschaft**

- ▶ Darstellung der Ergebnisse aus dem D21-Digital-Index 2019/2020 (bzw. weiterer Studien im Kapitel "Im Zwischenmenschlichen")

### **ABSCHNITT 3**

#### **Kritische Diskussion**

- ▶ Einordnung und Kommentierung der Ergebnisse durch das kompetenz und ausgewählter ExpertInnen zu Genderthemen und den Lebensbereichen

### **ABSCHNITT 4**

#### **Fazit und Handlungsempfehlungen**

- ▶ Kurze Zusammenfassung des Lebensbereichs

# KERNERGEBNISSE UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



- ▶ **Wie bereits mehrfach in den letzten Jahren im Rahmen des D21-Digital-Index gezeigt wurde, weisen Männer im Vergleich zu Frauen in der Summe eine höhere Internetnutzung und einen höheren Digitalisierungsgrad auf. Die tiefergehende Analyse der Daten zum digitalen Leben zeigt allerdings, dass sich innerhalb bestimmter Gruppen die Geschlechterunterschiede (teilweise deutlich) verringern und z. T. verschwinden:**
  - Unter Menschen mit höherer Schulbildung (Abitur) sind die Unterschiede zwischen Männern und Frauen deutlich geringer als in der Bevölkerung insgesamt oder bei formal niedriger Gebildeten (Hauptschul- oder kein Abschluss).
  - Auch die jüngere Generation zeigt häufiger geringere Unterschiede – diese positive Entwicklung gilt es zu unterstützen, indem schon früh Rollenbilder und Klischees thematisiert und aufgebrochen werden.
- ▶ **Bei näherer Analyse und Betrachtung verschiedener Perspektiven wird sichtbar, dass sich ein großer Teil der vorhandenen Geschlechterunterschiede beim digitalen Leben auf die Mehrfachbelastung insbesondere von Frauen zurückführen lässt, welche letztlich auf der Ausübung bestimmter Rollenbilder fußt:**
  - Männer arbeiten deutlich häufiger von zuhause bzw. unterwegs aus als Frauen. Die Vereinbarkeit zwischen Privat- und Berufsleben scheint für Männer einfacher umzusetzen sein – sie sind auch vergleichsweise offener gegenüber beruflichen Veränderungen durch Digitalisierung.
  - Dies deutet darauf hin, dass Vereinbarkeitsmodelle, wie sie derzeit gestaltet sind, eher noch bestehende Rollenbilder verstärken. Hier werden neue, moderne Vorbilder und alternative Entwürfe gebraucht.
  - Die (alltäglichen) Aufgaben von Frauen und Männern müssen gerechter aufgeteilt werden. Allein gleiche Chancen (z. B. auf Homeoffice, Nutzung digitaler Tools) sind hier nicht zielführend, wenn dies aufgrund struktureller Gegebenheiten insbesondere für Frauen aufgrund ihrer gelebten Rollen nicht oder nur unzureichend umsetzbar ist.
- ▶ **Für Frauen sind Nutzen und Benutzerfreundlichkeit von Anwendungen und Geräten wichtige Motivatoren für Offenheit und Nutzung digitaler Anwendungen. Doch unsere Welt ist in vielen Bereichen immer noch weitgehend von Männern für Männer gestaltet. Bedürfnisse und Anforderungen von Frauen und auch anderen bisher nicht ausreichend repräsentierten Gruppen sind hier genauer in den Blick zu nehmen und explizit bei der Entwicklung digitaler Anwendungen und Geräte zu berücksichtigen.**
- ▶ **Männer schätzen im Rahmen des D21-Digital-Index ihre digitalen Kompetenzen höher ein als Frauen. Bei Studien wie der ICILS schneiden junge Mädchen jedoch häufig besser bzw. nicht schlechter ab als Jungen und unter höher Gebildeten fallen die Geschlechterunterschiede bei der Kompetenzeinschätzung im D21-Digital-Index deutlich geringer aus. Dies zeigt, dass ein differenzierterer Blick auf das Thema Digitalkompetenzen vonnöten ist.**



→ Die Bereitschaft zur Wissensaneignung und das Interesse an digitalen Themen ist bei höher gebildeten Frauen höher als bei Männern mit Abitur.

→ Technisch orientierte und fachspezifische Begriffe der Digitalisierung sind zwar bei Männern mit hoher Schulbildung nach eigener Einschätzung deutlich bekannter als bei höher gebildeten Frauen, allerdings kennen höher gebildete Frauen Begriffe, die eher gesellschaftlich/politisch orientiert oder medial verbreitet sind, genauso gut wie Männer.

→ Frauen trauen sich im Digitalen immer noch weniger zu als Männer. Selbstwirksamkeitserfahrungen können das Zutrauen und damit auch die Offenheit und das Interesse an Technik und Digitalisierung stärken.

→ Um dies zu erreichen, sollten zielgruppenspezifische Fort- und Weiterbildungsangebote und die Entwicklung eines Kompetenzrahmens speziell für bestimmte Berufsgruppen angeboten werden. Auch sollte die Vermittlung relevanter Kompetenzen für die digitale Welt didaktisch und methodisch mehr auch auf die Interessen und Lernvoraussetzungen von Frauen ausgerichtet werden.

→ Auch wenn Frauen ihre digitalen Kompetenzen häufig geringer einschätzen als dies Männer tun, zeigen sie doch hinsichtlich des Umgangs mit sozialen Medien und zwischenmenschlicher Kommunikation über digitale Kanäle z. T. sehr ausgeprägte Kompetenzen.

► **Frauen sind z. T. deutlich aktiver in den sozialen Medien und kommunizieren digital auch stärker. Eine detaillierte Betrachtung der Nutzung sozialer Medien zeigt:**

→ Gerade in den sozialen Medien gibt es immer noch an vielen Stellen stereotype Rollenbilder, mit denen Mädchen und Jungen früh konfrontiert werden, wenn ihnen auch noch die Fähigkeit zur kritischen Reflektion fehlt. Social-Media-NutzerInnen tendieren auch stärker zur traditionellen Rollenverteilung von Mann und Frau als Nicht-Social-Media-NutzerInnen. Hier helfen moderne Konzepte und Initiativen wie [BayFiD](#) oder der [Role Models Podcast](#), um insbesondere Kindern und Jugendlichen andere Perspektiven und Lebensmodelle näher zu bringen; diese müssen auch in der breiten Bevölkerung bekannter werden.

→ Frauen bewegen sich in den sozialen Medien häufig vorsichtiger als Männer. In geschlossenen Foren und Gruppen sind Frauen sogar häufig aktiver, im offenen Diskurs auf Twitter oder anderen Plattformen hingegen verhalten sie sich zurückhaltender, weil sie – gerade, wenn sie ihre Meinung sagen, sich politisch positionieren oder sonst auffallen – z. T. extremen Anfeindungen ausgesetzt sind. Hier werden Schutzmaßnahmen und ein größeres gesellschaftliches Problembewusstsein benötigt.

→ Im Rahmen der Corona-Pandemie wurde sichtbar, wie viel zwischenmenschliche Kommunikation sich ins Digitale verlagern lässt. Hier ist kritisch zu prüfen und zu differenzieren, welche Kommunikationsanlässe auch in Zukunft digital stattfinden können. In Zukunft wird es zunehmend gefordert sein, auch im digitalen Raum zu kommunizieren und entsprechende Anwendungen sicher zu nutzen.



# DIGITALES LEBEN UND GESCHLECHTERUNTERSCHIEDE

## Zugang zum digitalen Leben<sup>1</sup>

**89 PROZENT DER MÄNNER IN DEUTSCHLAND NUTZEN DAS INTERNET. BEI FRAUEN IST DER ANTEIL MIT 82 PROZENT IMMER NOCH GERINGER, HIER ZEIGT SICH DER GESCHLECHTERUNTERSCHIED DEUTLICH. DIES BESTÄTIGT AUCH DER DIGITAL-INDEX – HIER ERREICHEN MÄNNER EINEN WERT VON 63 INDEXPUNKTEN, FRAUEN 54.**

Allerdings hilft ein differenzierter Blick auf Untergruppen, um die Unterschiede zwischen den Geschlechtern besser zu verstehen. Es gibt eine Reihe von strukturellen und soziodemografischen Merkmalen, die einige der Unterschiede erklären helfen: Der höhere Anteil an Nichterwerbstätigen bei Frauen (besonders Hausfrauen und Rentnerinnen) und die damit verbundene geringere berufliche Tätigkeit (welche wiederum die Nutzung digitaler Dienste fördert) kann zu einem niedrigeren Digitalisierungsgrad führen. Männer sind außerdem traditionell deutlich häufiger in Vollzeitjobs tätig – Frauen hingegen eher in Teilzeit. Der D21-Digital-Index zeigt, dass die Ausstattung von Teilzeitkräften mit digitalen Geräten (in Büro- und Schreibtischjobs) deutlich geringer ausfällt als die von Vollzeitbeschäftigten. Auch hier kann ein Grund für weniger Berührungspunkte der Frauen mit Digitalisierung liegen.

Betrachtet man die mobile Internetnutzung unter den OnlinerInnen, so zeigen sich keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Diese kommen einzig von der Internetnutzung insgesamt. Wenn das Netz genutzt wird, dann wird es von knapp neun von zehn InternetnutzerInnen auch mobil genutzt.

Die größten Berührungspunkte mit Digitalisierung im Beruf haben Männer und Frauen im Büro, in der Verwaltung und bei Bestellwesen/Planung – jedoch sind hier die Anteile bei den Männern jeweils etwas höher. Deutliche Unterschiede gibt es im Bereich Produktion, hier haben Männer vier Mal so häufig Berührungspunkte im Vergleich zu Frauen. In den Bereichen Verkauf/Bezahlssysteme und Medien sind die beiden Geschlechter gleichauf. Frauen haben hingegen höhere Anteile bei den Bereichen Pflege/Gesundheit und Bildung. In der Summe haben knapp drei von zehn Frauen keine Berührungspunkte mit digitalen Systemen im Beruf, bei Männern sind es mit einem Anteil von einem Viertel etwas weniger. Bei höher Gebildeten haben auch die Männer insgesamt mehr Berührungspunkte mit Digitalisierung, hier haben nur acht Prozent nichts damit zu tun (Frauen: 15 Prozent). Bemerkenswert ist, dass sich bei den Jüngeren das Verhältnis bei den Geschlechtern umkehrt: Hier haben Männer etwas weniger Berührungspunkte mit digitalen Systemen im Beruf als Frauen (keine Berührungspunkte: Männer: 30 Prozent, Frauen: 24 Prozent).

## BERÜHRUNGSPUNKTE MIT DIGITALISIERUNG IM BERUF

Keine berufliche  
Berührung mit der  
Digitalisierung

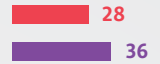
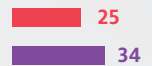
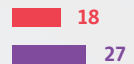
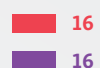
29

25



■ Frauen ■ Männer

BASIS: Berufstätige (inkl. Ausbildung) (Frauen: n=466; Männer: n=531) [Angaben in Prozent]

Bei **Bürotätigkeiten** z.B. geteilte Office-Programme, Datenbanken, Internet-Konferenzen etc.In der **Verwaltung** z.B. Bestellwesen, Personalbereiche etc.Durch digitale **Bestell- oder Planungsmodelle**Beim **Verkauf**/mit BezahlssystemenIm **Pflege- und Gesundheitswesen**In der **Pädagogik oder Didaktik**Bei automatisierten **Produktionsabläufen**Im **Medienumfeld** z.B. beim Fernsehen etc.

## Kritische Diskussion



Es ist letztlich zwischen der privaten und der beruflichen Internetnutzung zu unterscheiden, um die Geschlechterunterschiede zu verstehen.

Frauen und Männer der Altersgruppe 65+ sind nicht mit dem Netz aufgewachsen und haben oft Interessen und Hobbys, die im analogen Bereich angesiedelt sind. Die Nutzungsunterschiede bei Frauen und Männern in dieser Altersgruppe lassen sich daher nicht allein durch den Beruf erklären. Vielmehr scheint es, dass der Unterschied in der Nutzung hier tatsächlich auf das stärkere Interesse der Männer (z.B. an im Netz verfügbaren Inhalten und Plattformen) zurückzuführen ist. Auch die Berührung mit Technik, die bei Männern meist schon in jungen Jahren (meist intensiver) erfolgt, hat auf den höheren Digitalisierungsgrad einen Einfluss.

Die größten Berührungspunkte mit Digitalisierung im Beruf haben Männer und Frauen im Büro, in der Verwaltung und bei Bestellwesen/Planung – jedoch sind hier die Anteile bei den Männern jeweils etwas höher.

IM PRIVATEN

**LEBENSBEREICH**

**„ZUHAUSE, FAMILIE UND  
FREIZEIT“**

## Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs

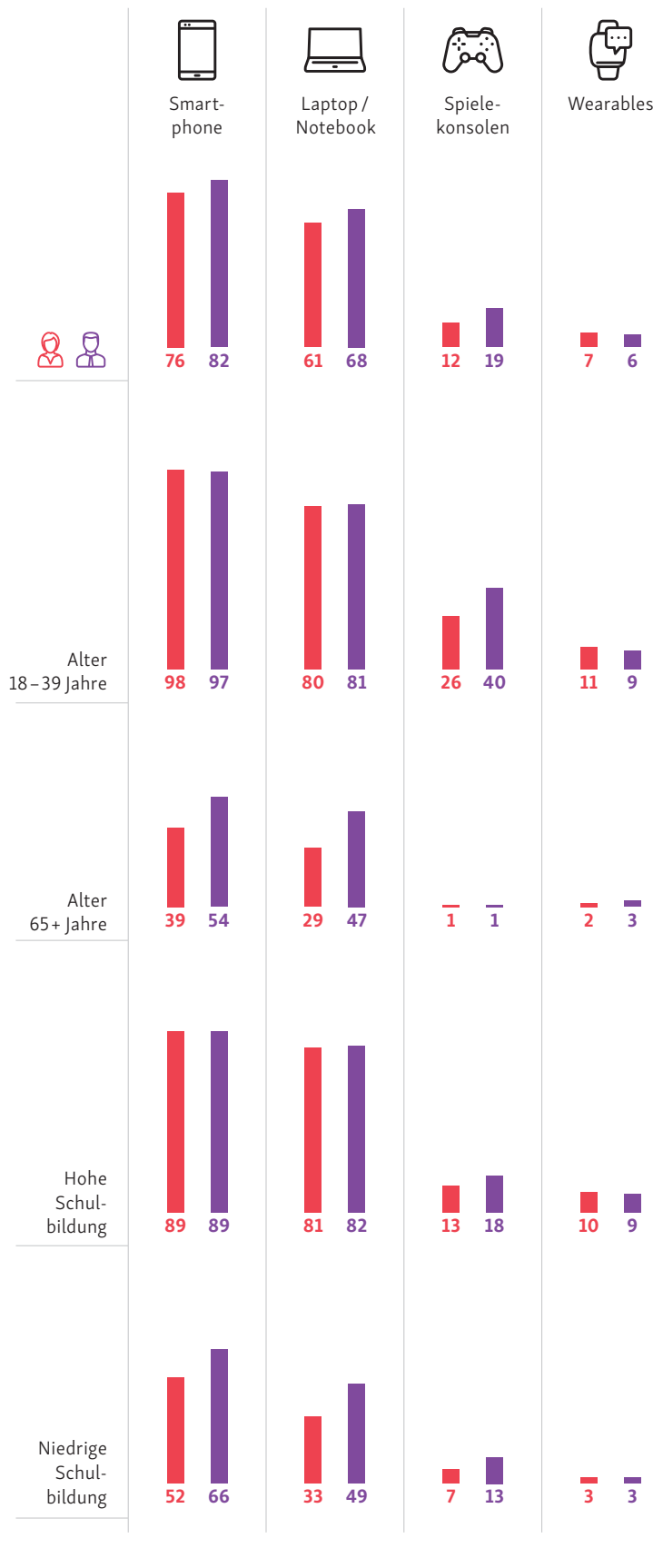
**DER BEREICH „ZUHAUSE, FAMILIE UND FREIZEIT“ IST EIN WICHTIGER BESTANDTEIL UNSE- RES PRIVATEN LEBENS. DORT WO MENSCHEN ZUSAMMENLEBEN, ZEIT MIT IHREN LIEBSTEN VERBRINGEN UND PERSÖNLICHEN INTERES- SEN NACHGEHEN KÖNNEN, FINDET EIN HOHEN MASS AN SINNSTIFTUNG FÜR DEN EINZELNEN UND DIE GESELLSCHAFT STATT.**

Das gesellschaftlich dominierende und anerkannte Lebensmodell für Familien geht noch immer vom Mann als Haupternährer der Familie aus, wobei sich immer mehr Männer und Frauen von diesem traditionellen Geschlechterrollenbild distanzieren und sich um Gleichstellung in Familie und Job bemühen.<sup>3</sup>

Einschneidende Veränderungen und Lebensereignisse, wie z. B. die Geburt eines Kindes, können dazu führen, dass das oft schon realisierte Modell der Gleichstellung in ein traditionelles Rollenmodell kippt. Und zwar nicht, weil dies von beiden PartnerInnen gewollt ist, sondern meist aus rationalen und ökonomischen Erwägungen. Die strukturellen Begebenheiten des Systems, in dem sie leben, begünstigen dieses traditionelle Rollenbild noch heute.<sup>3</sup>

Vor allem Männer in Vollzeitanzstellung müssen für ihre ArbeitgeberInnen flexibel, mobil und oft jederzeit verfügbar sein. Im stetig knappen Zeitbudget machen Männer dann oft dort Abstriche, wo sie leicht umzusetzen sind und Konsequenzen weniger riskant scheinen: Dem Haushalt. Frauen leisten insgesamt einen deutlich höheren Anteil an unbezahlter Arbeit, worunter neben der Haushaltsführung und Kinderbetreuung auch die Pflege Angehöriger zählt.<sup>3</sup> Die unbezahlte Arbeit macht bei Frauen 45 Prozent an der Gesamt- arbeitszeit aus; bei Männern hingegen nur 28 Prozent.<sup>4</sup>

NUTZUNG VON GERÄTEN



## Lagebild der Digitalen Gesellschaft<sup>1</sup>

BEI DER GERÄTENUTZUNG IN DER BEVÖLKERUNG INSGESAM SIND DIE ANTEILE BEI DEN MÄNNERN MIT AUSNAHME DER WEARABLES UND SPRACHASSISTENTEN HÖHER.

Allerdings ändert sich das Bild, wenn man nur 18-39-Jährige betrachtet: In dieser Altersgruppe sind Frauen mit Ausnahme von Spielkonsolen und PCs gleichauf mit den Männern und weisen z. T. sogar höhere Nutzungsquoten auf (Tablet, Wearables). Ein ähnliches Bild zeigt sich bei höher Gebildeten, hier gibt es mit Ausnahme von PCs (vgl. auch Datenanhang) und Spielkonsolen quasi keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Hingegen sind die Unterschiede in der Altersgruppe 65+ und bei niedrig Gebildeten mehr als deutlich.

**In der Altersgruppe der 18-39-jährigen sind Frauen (mit Ausnahme von Spielkonsolen und PCs) gleichauf mit den Männern.**

■ Frauen ■ Männer

BASIS: Gesamtbevölkerung (Frauen: n=10.534; Männer: n=9.788); 18-39-jährige (Frauen: n=2.827; Männer: n=2.819); 65+-jährige (Frauen: n=3.190; Männer: n=3.022); Hohe Schulbildung (Frauen: n=2.728; Männer: n=3.211); Niedrige Schulbildung (Frauen: n=3.487; Männer: n=3.067) [Angaben in Prozent]



**On-Demand-/Streaming-Dienste**  
z. B. Spotify, Netflix, Amazon Prime



**Online-Shopping**  
d. h. Waren im Internet kaufen



**Mobiles Bezahlen über das Smartphone**  
z. B. mit Apple Pay oder Google Pay



16  20

12  10

3  9

Alter 18–39  
Jahre

26  34

16  14

3  17

Hohe  
Schulbildung

27  21

17  8

6  10

**Höher gebildete Frauen nutzen Anwendungen wie Streaming-Dienste oder Online-Shopping häufiger als höher gebildete Männer.**

 Frauen  Männer

**BASIS:** InternetnutzerInnen (Frauen: n=787; Männer: n=829); 18–39-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=275; Männer: n=303); InternetnutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=233; Männer: n=309) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Nutzung ein- oder mehrmals pro Woche“]

**BEI DER BETRACHTUNG VON REGELMÄSSIG (MINDESTENS EINMAL PRO WOCHE) GENUTZTEN ANWENDUNGEN ZUHAUSE BZW. IM PRIVATEN BEREICH ZEIGT SICH, DASS FRAUEN SICH IN DIESEN BEREICHEN DER MÄNNLICHEN NUTZUNGSHÄUFIGKEIT IMMER MEHR ANNÄHERN.**

Außer bei der technisch noch sehr neuen Entwicklung des mobilen Bezahls über das Smartphone nutzen zumindest die höher gebildeten Frauen Anwendungen wie Streaming-Dienste oder Online-Shopping sogar häufiger als höher gebildete Männer.

## Offenheit und Wohlbefinden gegenüber Digitalisierung, insbesondere im privaten Umfeld

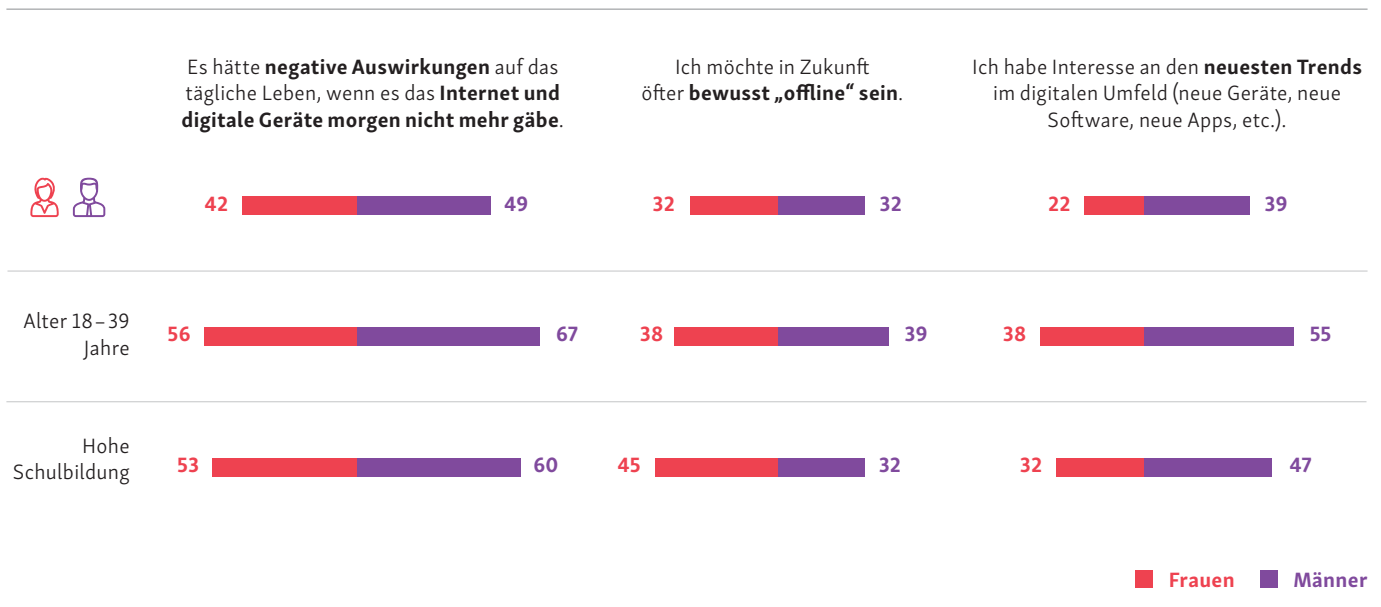
**INSGESAMT UND ÜBER ALLE DARGESTELLTEN GRUPPEN HABEN MÄNNER IM SCHNITT DEUTLICH HÄUFIGER ALS FRAUEN INTERESSE AN DEN NEUESTEN TRENDS IM DIGITALEN UMFELD UND GLAUBEN AUCH, DASS ES NEGATIVE AUSWIRKUNGEN AUF IHR TÄGLICHES LEBEN HÄTTE, WENN ES DAS INTERNET MORGEN NICHT MEHR GÄBE. UNABHÄNGIG VOM GESCHLECHT STIMMEN BEI DIESEN BEIDEN AUSSAGEN JÜNGERE UND HÖHER GEBILDETE HÄUFIGER ZU.**

Männer und Frauen haben gleichermaßen den Wunsch, in Zukunft öfter bewusst offline zu sein. Erstaunlich ist hier, dass Frauen mit hoher Schulbildung diesen Wunsch deutlich häufiger verspüren.

Im Rahmen der Studie D21-Digital-Index wird auch nach den zu erwartenden Änderungen in den nächsten 3-5 Jahren durch die Digitalisierung gefragt: Männer und Frauen erwarten in etwa gleichen Anteilen Veränderungen in den verschiedenen Bereichen, Abweichungen gibt es bei medizinischer Versorgung sowie Freizeitgestaltung (Männer erwarten mehr) und Kommunikation im Privatleben (Frauen erwarten mehr).

Wenn sie Veränderungen erwarten, dann bewerten Männer insgesamt häufiger als Frauen diese als eher positiv.

### OFFENHEIT



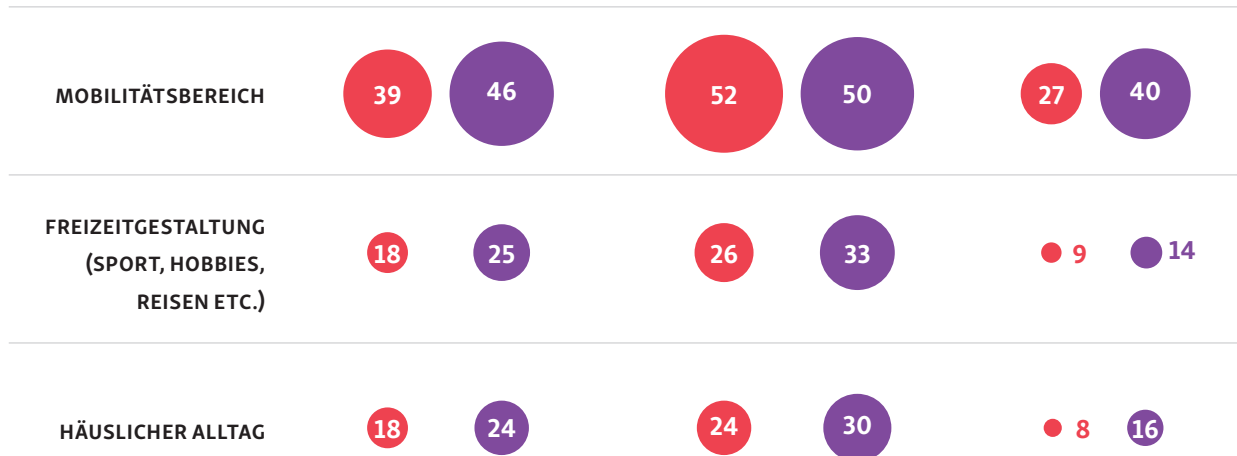
**BASIS:** Gesamtbevölkerung (Frauen: n=1.022; Männer: n=997); 18-39-jährige (Frauen: n=282; Männer: n=310); Hohe Schulbildung (Frauen: n=242; Männer: n=322) | Item 2: InternetnutzerInnen (Frauen: n=787; Männer: n=829); 18-39-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=275; Männer: n=303); InternetnutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=233; Männer: n=309) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“]

Eher positiv



Alter 18-39 Jahre

Alter 65+ Jahre



■ Frauen ■ Männer

**BASIS:** Alle Befragten, die Veränderungen durch die Digitalisierung in den jeweiligen Lebensbereichen erwarten: Gesamt (Frauen: n=938-942; Männer: n=935-946); 18-39-jährige (Frauen: n=266; Männer: n=298-301); 65+-jährige (Frauen: n=257-263; Männer: n=258-267) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Eher positiv“]

**Männer stehen den durch Digitalisierung ausgelösten Veränderungen in den Bereichen Mobilität, Freizeit und häuslicher Alltag etwas positiver gegenüber.**





## Kritische Diskussion



Bei der Nutzung der unterschiedlichen digitalen Endgeräte sind in der Gruppe der 18–39-jährigen Frauen und Männer bei Computern, Laptops und Tablet PCs ähnliche Prozentsätze festzustellen. Gleiches gilt für Smartphones oder Smart TVs. Erhebliche Unterschiede werden bei der Betrachtung der älteren Generation ab 65 Jahren hinsichtlich der Geschlechter, aber auch im Vergleich zu den Jüngeren im Allgemeinen deutlich. Bisher wurden die geringere Nutzung und die starken Geschlechterunterschiede in dieser Generation wenig gesellschaftlich diskutiert. Doch die Auswirkungen der Pandemie lehren uns, dass die fehlende Motivation zur Nutzung digitaler Geräte zu extremer sozialer Isolation führen kann. Tablets, die nur über den Einsatz von Hilfspersonal für ältere Frauen wie auch Männer nutzbar werden, lassen Kontakt zu Familie und FreundInnen kaum zu oder reduzieren sie auf ein Minimum.

Die Geräte zum Zugang in die digitale Welt sind inzwischen für die jüngere Generation üblich und bekannt. Deutliche Unterschiede sind bei der Nutzung der Spielekonsolen auszumachen. Hier zeigen sich in Deutschland im Alter von 18–39 Jahren erhebliche Differenzen (40 Prozent männliche, 26 Prozent weibliche Nutzende), während eine aktuelle Studie in den USA auf abweichende Nutzungstendenzen über den Konsolenbesitz hinweist (wenngleich Besitz nicht 1:1 mit Nutzung gleichzusetzen ist): Dort geben 42 Prozent der Frauen und 37 Prozent der Männer an, eine Spielkonsole zu besitzen.<sup>5</sup> Auch die Art der Nutzung solcher Geräte kann zwischen verschiedenen Ländern und Gesellschaften variieren. So werden in den USA häufiger Spielekonsolen auch als Entertainment und Internetzugang genutzt als dies in Deutschland der Fall ist. Der Besitz von Spielkonsolen variiert auch in den USA darüber hinaus deutlich nach Alter, Haushaltseinkommen und Bildungsvoraussetzungen. Dies bestätigt die Notwendigkeit neben einem Blick auf die Geschlechter weitere Vielfaltskategorien einzubeziehen.

In Deutschland zeigt sich bei der Nutzung über die Gruppen der jüngeren Frauen und Männer, mit niedriger und hoher Schulbildung hinweg wie auch bei berufstätigen Frauen und Männern mit Kindern unter 18 Jahren, dass Männer deutlich höhere Nutzungsanteile an Spielekonsolen als Frauen haben. Ein zu diskutierender Erklärungsansatz ist die Mehrfachbelastung der Frauen. Und dies gilt nicht nur für höhere Nutzungsanteile bei Spielekonsolen, sondern zeigt sich auch bei vielen anderen digitalen Geräten und Anwendungen. Sie kümmern sich häufiger als Männer um Kinder oder Familienangehörige, kümmern sich um den Haushalt und gehen einer (Teilzeit-)Beschäftigung nach<sup>4</sup>. Männer hingegen sind immer noch seltener von solchen Mehrfachbelastungen betroffen und haben häufiger den Raum, eigenen Hobbys und Interessen nachzugehen<sup>3</sup>. Ein weiterer, sich nicht ausschließender Grund könnte sein, dass es gerade für Jungen Teil des Heranwachsens ist, mit ihren Freunden auf Konsolen, Computern oder Smartphones „zu zocken“, während Mädchen diese Geräte noch häufiger für soziale Medien und Kommunikation nutzen. Allerdings nutzen Mädchen genauso häufig wie Jungen mittlerweile tragbare Spielekonsolen.<sup>6</sup> Es bleibt also abzuwarten, ob sich die Nutzungszahlen der 18–39 Jährigen in den nächsten Jahren zwischen Männern und Frauen hier angleichen werden, so wie sie es bereits bei anderen Geräten getan haben.

Interessant ist dagegen, dass weder Frauen noch Männer im Alter von 65+ die Spielekonsolen für die persönliche Nutzung entdeckt haben. Sie könnten als eine Ergänzung bisher gewohnter Mediennutzung im Alter zu einer Erweiterung von körperlichen und geistigen Fähigkeiten beitragen. Die Generation 65+ hat generell noch nicht die Vielfalt und den Nutzen digitaler Geräte und Anwendungen für sich entdeckt. Beispielsweise können virtuelle Stadt- und Dorftreffs zu Interneterfahrungsorten werden, die die Motivation zur Nutzung durch einen gemeinsamen sozialen Kontext steigern.<sup>7</sup>

Bei den Wearables zeigt sich eine höhere Nutzung bei Mädchen und jungen Frauen. Ein möglicher (empirisch noch zu belegender) Erklärungsansatz ist, dass diese tragbaren Geräte nicht nur „technisches Endgerät“, sondern auch „modisches Accessoires“ sind und zudem dabei helfen, den eigenen Körper zu optimieren.



**Elke Schilling**

Initiatorin Silbernetz

Foto: Gordon Welters

## DAS TU ICH MIR NICHT MEHR AN – INTERNET, SMARTPHONE, APPS ...!

Es sind nicht wenige Menschen 60+, die mir, einer 75-jährigen internetaffinen ehemaligen IT-Fachfrau entgegenhalten: „Das tu ich mir nicht mehr an – Internet, Smartphone, Apps...!“ Die Stiftung Digitale Chancen spricht von 10 Millionen Menschen, die so oder anders keinen Zugang zum Internet haben.\* Vor diesem Hintergrund wünsche ich mir geschlechtsdifferenzierte Untersuchungen, die Ursachen dieser (Selbst)Diskriminierung erforschen, um Dienstleistungen und Motivationen zu finden, um auch hier Barrierefreiheit und Zugang zu lebensnotwendigen Informationen für die Organisation des autonomen (Über)Lebens für Ältere zu ermöglichen. Immerhin wollen über 80 Prozent von ihnen solange wie irgend möglich autonom zuhause leben.

1. Es spielt im Erwerbsalter anscheinend keine Rolle, dass fast ausschließlich Frauen Hausfrauen und Teilzeitbeschäftigte sind – sie nutzen dennoch im gleichen Maße das Internet.
2. Es ist leider nicht erkennbar, bis zu welchem Alter 60+ betrachtet wird. Laut Statistischem Bundesamt liegt der Anteil der weiblichen Bevölkerung in der Altersgruppe 60 bis unter 70 bei 51,6 Prozent, er steigt auf 54,4 Prozent (70 bis unter 80 Jahre), auf 62,4 Prozent (80 bis unter 90 Jahre) und auf 73,9 Prozent in der höchsten Altersgruppe (90 Jahre und älter). Die weit geringere Internetnutzung der älteren Frauen könnte sich erklären aus den – tradierten - Lebensumständen und Rollen der Älteren: Frauen organisieren nach wie vor den Alltag und die Beziehung, Männer haben (Voll-)Zeit für Hobbys.
3. Dass Frauen die durch Digitalisierung veränderte Kommunikation deutlich weniger positiv sehen, könnte darauf beruhen, dass sie sozialisierungsbedingt den persönlichen Kontakt in der Kommunikation (emotionale Resonanz) höher einschätzen, als die durch die Distanz gebrochene Kommunikation über digitale Medien.

\* [https://www.meinungsbarometer.info/beitrag/Die-Mehrheit-der-ueber-70-Jaehrigen-war-noch-nie-im-Internet\\_3616.html](https://www.meinungsbarometer.info/beitrag/Die-Mehrheit-der-ueber-70-Jaehrigen-war-noch-nie-im-Internet_3616.html) (ursprüngliche Quelle: D21-Digital-Index)

## Prof. Dr. Stephan Höyng

Professor für Jungen- und Männerarbeit an der Katholischen Hochschule für Sozialwesen Berlin und Mitglied der Sachverständigenkommission des dritten Gleichstellungsberichts der Bundesregierung



Foto: Elisabeth Schoepe

### EINEN SELBSTBEWUSSTEN UMGANG ERLERNEN

Von den BürgerInnen mit geringer Schulbildung und im Rentenalter nutzen nur ca. die Hälfte der Frauen, aber drei Viertel der Männer das Internet privat, ansonsten bewegen sich dort fast alle anderen Frauen und Männer. Männer nutzen im Durchschnitt mehr Geräte und mehr Anwendungen als Frauen, nur Frauen mit höherer Schulbildung sind mit den weniger gebildeten Männern gleichauf.

Digitale Kenntnisse werden als Voraussetzung für Erwerbsarbeit gesehen. Deshalb sind gleiche Zugangsmöglichkeiten zu digitalen Netzen für alle so wichtig. Doch die vorliegende Studie zeigt, dass Alter, Bildung und Geschlecht massive Zugangshindernisse zur Nutzung digitaler Geräte sind, zudem auch mangelhafter Datenschutz und benutzerInnenunfreundliche Gestaltung.

In den meisten Bereichen des Privatlebens sehen weniger als ein Viertel aller Männer und ein Fünftel aller Frauen Vorteile in einer zunehmenden digitalen Vernetzung. Die Skepsis der Mehrheit könnte damit zusammenhängen, dass die Grenzen zwischen den Bereichen Erwerbsarbeit und Privatleben durch digitale Vernetzung immer durchlässiger werden.

Vor allem Männer in mittleren und Führungspositionen versuchen häufiger, ihre verdichtete Berufsarbeit mit digitaler Erwerbsarbeit außerhalb des üblichen Arbeitsplatzes und mit zusätzlicher Arbeitszeit zu bewältigen, und erliegen einer interessierten Selbstgefährdung<sup>1</sup>. Überwiegend Mütter nutzen Homeoffice, um Beruf und Familie zu vereinbaren, und arbeiten dann sowohl beruflich als auch privat mehr<sup>2</sup>. Und Eltern und Betreuende versuchen ihre strukturelle Überforderung zu bewältigen, indem sie u. a. während ihrer Berufsarbeit digital Dinge regeln und aktive Sorgearbeit leisten<sup>3</sup>. Doch all diese kurzfristigen Bewältigungsstrategien verursachen bei einigen langfristig gesundheitliche Schäden wie Burnout, Depressionen und Aufmerksamkeitsstörungen<sup>4</sup>.

Klare Strukturen helfen denen, die selbst wenig Grenzen setzen können. Eine digital vernetzte Gesellschaft bietet ihren BürgerInnen Möglichkeiten, sich individuell zu entwickeln – aber weniger Struktur. NutzerInnen müssen sich selber strukturieren und steuern, müssen selber ihre persönlichen Grenzen setzen – ob es private oder berufliche Anfragen oder Möglichkeiten sind. Das ist anspruchsvoll, man kann daran scheitern. Damit digitale Vernetzung dem Wohlbefinden möglichst vieler dient, müssen Zugangshindernisse beseitigt werden und viel mehr Menschen einen selbstbewussten und sich selbst schützenden Umgang mit digitalen Geräten erlernen.

#### LITERATUR:

<sup>1</sup>Ahlers, Elke; Lott, Yvonne (2017): Führt selbstorganisierte Arbeit in Zeiten der Digitalisierung zu gesünderen und besseren Arbeitsbedingungen?

<sup>2</sup>Lott, Yvonne (2019): Weniger Arbeit, mehr Freizeit? Wofür Mütter und Väter flexible Arbeitsarrangements nutzen.

<sup>3</sup>Paulus, Stefan; Stiehler, Steve (2019): Switchen - eine (verdeckte) Bewältigungsform zur Vereinbarung von Erwerbs- und Sorgearbeit.

<sup>4</sup>Badura, Bernhard; Ducki, Antje; Schröder, Helmut; Klose, Joachim; Meyer, Markus (Hrsg.) (2019): Fehlzeitenreport 2019.



Foto: leuphana.de

### **Prof. Dr. Thomas Gegenhuber**

Professor für digitale Transformation an der Leuphana Universität Lüneburg und Mitglied der Sachverständigenkommission des dritten Gleichstellungsberichts der Bundesregierung

## **ES BRAUCHT KLARE GOVERNANCE-REGELN FÜR CHATS UND ANDERE KOMMUNIKATIONSKANÄLE IM GAMING-BEREICH**

Bei der Nutzung von Endgeräten ist ein deutlicher Unterschied im Bereich der Spielekonsolen zu erkennen. Dieses Muster spiegelt die Persistenz vom männlichen Rollentyp des Gamers wider.

Dieses Rollenbild ist mit zahlreichen negativen Auswirkungen verbunden: weibliche Spielerinnen sind in Online-Spielen Belästigungen, Beleidigungen und auch Mobbing ausgesetzt. Sexistische Sprüche, wie „Du gehörst in die Küche“ sind in Online-Gaming-Communities keine Seltenheit. Viele Spiele-Communities können daher leider zu Recht als toxisch bezeichnet werden. Dieses Problem betrifft nicht nur Spiele-Communities – offene Communities ohne Moderation und klare Regeln haben die Tendenz toxisch zu werden. Es braucht daher klare Governance-Regeln für Chats und andere Kommunikationskanäle im Gaming-Bereich.

Auch in dem rasant wachsenden Feld des eSports sind Frauen bei den Wettbewerben noch in der Minderzahl. Hier ist sich der eSport-Bund Deutschland e. V. laut eigenen Angaben dieser Herausforderung bewusst und arbeitet an einem Kulturwandel.



## Fazit und Handlungsempfehlungen

### INSGESAMT NUTZEN MÄNNER DAS INTERNET, TECHNISCHE GERÄTE UND COMPUTER-/INTERNET-ANWENDUNGEN IMMER NOCH HÄUFIGER UND INTENSIVER ALS FRAUEN.

Bei genauerem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass sich die digitale Kluft zwischen Männern und Frauen für die Jüngeren und höher Gebildeten immer weiter schließt. Sie nutzen das Netz und digitale Geräte häufig anders bzw. für andere Zwecke. Frauen brauchen eher einen unmittelbaren Nutzen und die Nutzung muss sich gut in ihren Alltag einbinden lassen.

Auch das Rollenbild und der gelebte Alltag haben einen deutlichen Einfluss auf den Digitalisierungsgrad der Geschlechter. Es sind in der Regel immer noch Frauen, die sich anteilmäßig mehr um Haushalt und Kinder kümmern (Mehrfachbelastung), wodurch unter dem Strich weniger Zeit für Beruf, Karriere und Bildung bleibt – und damit auch weniger Möglichkeiten, sich im digitalen Umfeld intensiver zu bewegen und dazuzulernen.

Die erste und wichtigste Handlungsempfehlung ist das Erkennen und Anerkennen, dass Chancengleichheit von Frauen und Männern auch im digitalen Leben vornehmlich ein strukturelles Thema ist. Es muss daher auch als solches angegangen werden. Es ist wichtig, zu betonen, dass dieses strukturelle Problem nicht auf das Geschlecht per se zurückzuführen ist, sondern auf Rollen und damit verknüpfte Aufgaben. Dazu gehört, dass unterschiedliche Mehrfachbelastungen durch private und berufliche Aufgaben sich nachteilig auf berufliche Chancen auswirken. Dies gilt für Männer genau wie Frauen, jedoch sind Frauen derzeit noch deutlich häufiger in diesen Rollen, die durch **Mehrfachbelastungen** geprägt sind, vertreten. So bewirkt etwa die überwiegende Zuständigkeit für zeitlich eher unflexible Arbeiten für Haushalt und/oder Familie enge Zeitkorridore für berufliche Tätigkeiten. Veränderungen durch Digitalisierung können somit zusätzlichen Druck erzeugen. Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, für eine faire Aufteilung der privaten Aufgaben zu sorgen. Denn: die Übernahme der

Familien-sorge unterstützt die Gesellschaft durch eine verantwortungsvolle Erziehung von Kindern, durch die häusliche Pflege von Angehörigen und im zivilgesellschaftlichen Engagement. Politik kann über die Bereitstellung von sozialen Angeboten von A wie Altenpflege über H wie Haushaltshilfe und K wie Kinderbetreuung bis zu Z wie zivilgesellschaftliche Unterstützungsstrukturen für bessere Rahmenbedingungen sorgen, die beide Geschlechter gleichermaßen unterstützen. Aber auch Männer können einen bedeutsamen Beitrag leisten, wenn sie anerkennen, dass sie vielleicht nicht individuell, aber doch als Gruppe privilegiert sind und dieses Privileg nutzen und sich dafür einsetzen, dass Frauen in den Bereichen, den diese Männer beeinflussen können, die gleichen Teilhabechancen bekommen.

Vieles deutet daraufhin, dass für Frauen der **Nutzen und die Benutzerfreundlichkeit** von Anwendungen und Geräten wichtiger ist als für Männer. Sie können Frauen motivieren, diese mehr zu nutzen. In dem Buch „Unsichtbare Frauen“<sup>8</sup> zeigt Caroline Criado-Perez anschaulich, dass unsere Welt für die Bedürfnisse und Anforderungen von Männern gestaltet ist. Nicht unbedingt bewusst und gewollt, sondern aufgrund des sogenannten „Gender Data Gaps“. Aufgrund des geringen Anteils von Frauen in der technischen Forschung und Entwicklung werden weniger Daten aus ihrer Lebenswelt einbezogen. Dies schließt auch digitale Geräte und Anwendungen mit ein – ein altbekanntes Beispiel ist die Größe von Smartphones oder auch Tastaturen, deren Passform beinahe ausschließlich mit Männerhänden geprüft werden und für Frauenhände oft zu groß sind. Dabei sind es nicht nur Frauen, die in der technischen Forschung und Entwicklung weniger präsent sind. Auch andere Diversitätsmerkmale wie ethnische und kulturelle Herkunft oder körperliche wie geistige Einschränkungen werden noch viel zu wenig einbezogen. Es ist notwendig, die Bedürfnisse und Anforderungen von Frauen und auch anderen bisher nicht ausreichend repräsentierten Gruppen genauer in den Blick zu nehmen und explizit bei der Entwicklung digitaler Anwendungen und Geräte zu berücksichtigen.

# IM PROFESSIONELLEN LEBENSBEREICH „BILDUNG, KOMPETENZEN UND BERUF“

## Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs

**NEBEN DEM PRIVATEN BEREICH IST DER PROFESSIONELLE BEREICH „BILDUNG, KOMPETENZEN UND BERUF“ WICHTIGER BESTANDTEIL UNSERES LEBENS.**

Beim höchsten beruflichen Abschluss zwischen Frauen und Männern existieren nur noch geringe Unterschiede, bei der schulischen Bildung haben Frauen die Männer inzwischen sogar überholt. Größere Bildungsunterschiede sind vor allem in den älteren Generationen ausgeprägt, bei den jüngeren gleicht sich dies an.<sup>9</sup>

Das hohe Bildungskapital von Frauen schlägt sich nicht automatisch in ihrer Teilhabe an Karrierechancen nieder, da die Berufswahl von Frauen und Männern noch zu häufig nach traditionellen Vorstellungen erfolgt und zu einem nach Geschlecht segregierten Ausbildungs- und Arbeitsmarkt führt.<sup>4</sup> In dieselbe Richtung wirkt die Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern mit Frauen in der hauptsächlichen Zuständigkeit für Reproduktions- und Pflegearbeit.<sup>10</sup>

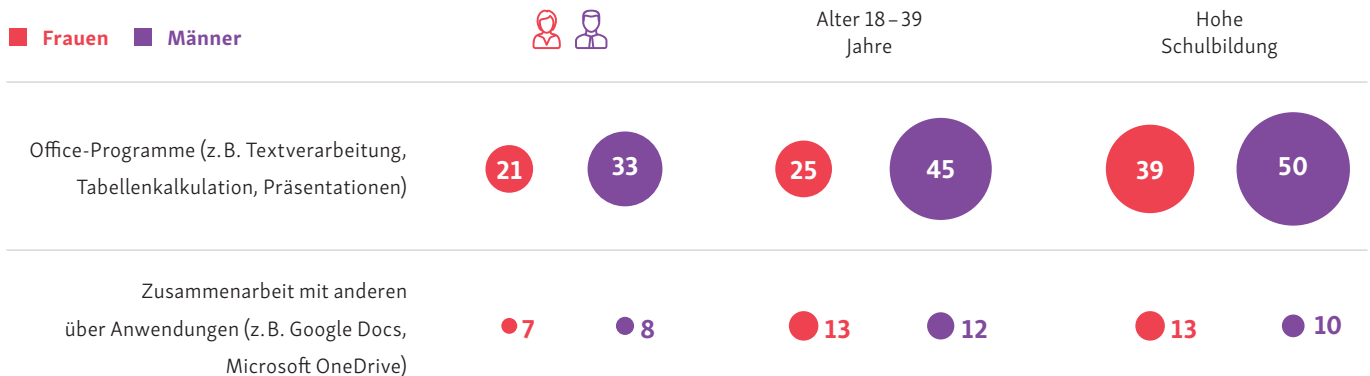
Frauen erlernen häufiger einen sozialen Beruf oder einen Beruf im Dienstleistungssektor (mit traditionell schlechterer Bezahlung), Männer wählen verstärkt handwerkliche oder technische Berufe. Bei der Teilnahme an Erwerbstätigkeit zeigt sich aber, dass Frauen weiterhin aufholen.

Dennoch beträgt der Abstand gegenüber der Erwerbstätigenquote der Männer auch heute noch acht Prozentpunkte.<sup>4</sup> Weiterhin ist bei den Frauen die Zahl der Vollzeitbeschäftigten zwischen 2008 und 2018 beinahe konstant geblieben, der Anstieg der Erwerbstätigenquote lässt sich fast ausschließlich auf die Zunahme der Teilzeitbeschäftigungen zurückführen. Ob in mittelständischen Unternehmen oder großen Konzernen – Frauen in Führungspositionen sind in Deutschland immer noch deutlich unterrepräsentiert. Hierzulande werden rund 28 Prozent der Jobs im mittleren und höheren Management von Frauen besetzt.<sup>11</sup> Letztlich ist es auch so, dass Frauen immer noch weniger von den zum Teil erheblichen Lohnsteigerungen in manchen Branchen profitieren, wie etwa Tätigkeiten in der Technologiebranche oder generell im MINT-Bereich.<sup>12</sup>

Der konstant hohe Anteil an Teilzeitbeschäftigten unter Frauen, die schlechte Bezahlung der eingangs als häufig von Frauen ergriffenen Berufe (welche häufig nicht im MINT-/ Digitalbereich angesiedelt sind), die schwache Mobilität in den beruflichen Positionen sowie der Gender Pay Gap führen oft zu einer schlechteren ökonomischen Teilhabe und einer Chancenungleichheit der Geschlechter.

NUTZUNGSVERHALTEN MIT BERUFLICHEM FOKUS

Ein- oder mehrmals pro Woche



Nutzung generell



**BASIS:** Item 1: ComputernutzerInnen (Frauen: n=696; Männer: n=763); 18-39-jährige ComputernutzerInnen (Frauen: n=235; Männer: n=277); ComputernutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=218; Männer: n=301) | Items 2+3: InternetnutzerInnen (Frauen: n=787; Männer: n=829); 18-39-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=275; Männer: n=303); InternetnutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=233; Männer: n=309) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Nutzung ein- oder mehrmals pro Woche“, außer bei Item 3 => hier Darstellung der Nutzung generell, unabhängig von der Häufigkeit]

# Lagebild der Digitalen Gesellschaft<sup>1</sup>

**MÄNNER NUTZEN ÜBER ALLE BETRACHTETEN SOZIODEMOGRAFISCHEN GRUPPEN HINWEG DEUTLICH HÄUFIGER OFFICE-PROGRAMME ALS FRAUEN. HINGEGEN GIBT ES BEI DER NUTZUNG VON KOLLABORATIONSTOOLS ZUR ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN, WIE Z. B. GOOGLE DOCS, SOLCHE GESCHLECHTER-UNTERSCHIEDE NICHT.**

Höher gebildete Frauen nutzen diese Tools sogar etwas häufiger als Männer. Lernangebote über das Internet werden regelmäßig nur von wenigen OnlinerInnen genutzt – im Vergleich sind dies vor allem jüngere Männer; schaut man sich allerdings die Nutzung insgesamt an (also nicht nur die regelmäßige), dann haben höher gebildete Frauen einen hohen Nutzungsanteil. Bei der Altersgruppe der 65+-Jährigen nutzt ein Fünftel der männlichen

Computernutzer Office-Programme, obwohl die meisten von ihnen nicht mehr im Berufsleben stehen, bei den Frauen sind es nur noch fünf Prozent. Während 21 Prozent der berufstätigen Männer insgesamt (und 39 Prozent der Männer mit Bürojob) Homeoffice (gemäß Definition aus dem D21-Digital-Index: Telearbeit, Homeoffice oder mobiles Arbeiten) nutzen, tun dies nur neun Prozent der erwerbstätigen Frauen (Frauen mit Bürojob: 18 Prozent). Bei höher Gebildeten steigt der Anteil insgesamt an (Männer: 39 Prozent, Frauen: 27 Prozent), jedoch bleibt die Geschlechterungleichheit bestehen. Bei Berufstätigen mit Kindern unter 18 Jahren im Haushalt steigt nur der Anteil der Männer an (auf 26 Prozent), bei Frauen bleibt der Anteil der Nutzerinnen von Homeoffice nahezu gleich (10 Prozent).

**ALS GRÜNDE FÜR DIE NICHT-NUTZUNG VON HOMEOFFICE GEBEN DIE BEFRAGTEN VOR ALLEM AN, DASS ES IHR JOB NICHT ZULASSE ODER ES IN IHREM UNTERNEHMEN NICHT MÖGLICH SEI.**

Letzteres gilt auch bei reinen Bürojobs. Beide Gründe werden von Frauen häufiger angegeben als von Männern. Diese geben hingegen häufiger als Frauen an, kein Interesse an Homeoffice zu haben. Sicherlich hat sich hier in den letzten Monaten durch die Corona-Pandemie einiges getan und es ist von einem Anstieg der Nutzung von Homeoffice auszugehen (die Zahlen des D21-Digital-Index 2019/2020 wurden bis inkl. Juli 2019 erhoben).

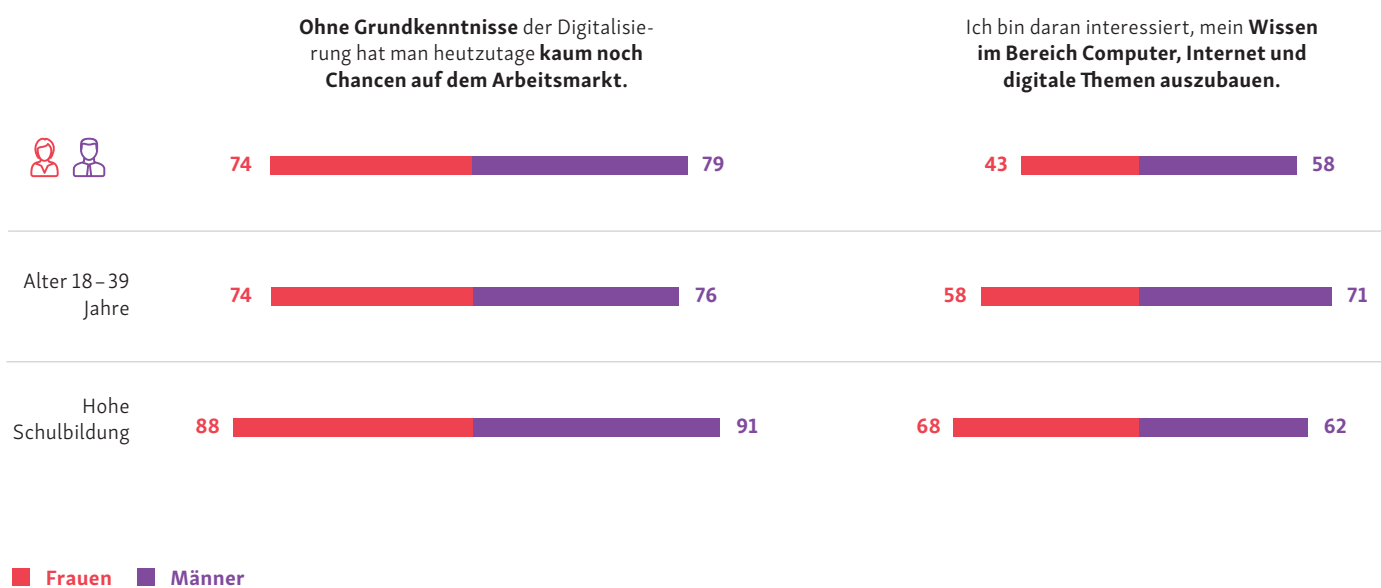
## Offenheit und Wohlbefinden bzgl. beruflicher Veränderungen durch Digitalisierung

**EINE MIT DER DIGITALISIERUNG VERBUNDENE ERHÖHTE BERUFLICHE FLEXIBILITÄT FÜR DIE VEREINBARKEIT VON ARBEITS- UND PRIVATLEBEN WIRD DURCHGÄNGIG, D. H. ÜBER ALLE BETRACHTETEN GRUPPEN HINWEG, EHER VON MÄNNERN GESEHEN – DIES GILT AUCH UND GERADE FÜR BERUFSTÄTIGE MIT KINDERN UNTER 18 JAHREN IM HAUSHALT.**

Frauen geben häufiger an, bei der Nutzung von Geräten und Anwendungen an Grenzen zu stoßen – auch dies ist unabhängig von Alter oder

Bildungsabschluss zu beobachten. Allerdings sind Frauen im Vergleich zu Männern weniger daran interessiert, ihr Wissen im Bereich Computer und Internet auszubauen. Dies gilt nicht für höher gebildete Frauen, diese sind daran sogar stärker interessiert als Männer mit höherer Schulbildung. Neun von zehn der höher gebildeten Männer und Frauen gehen auch davon aus, dass man ohne digitale Grundkenntnisse heutzutage kaum noch Chancen auf dem Arbeitsmarkt hat.

### OFFENHEIT

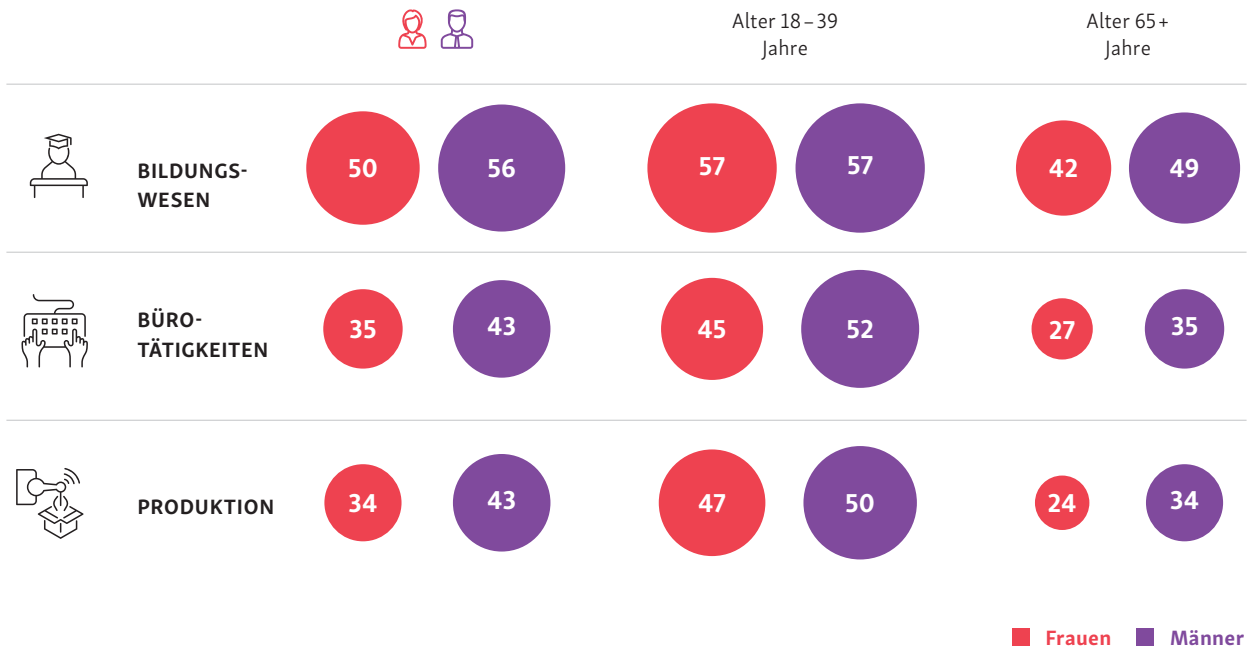


**BASIS:** Gesamtbevölkerung (Frauen: n=1.022; Männer: n=997); 18-39-Jährige (Frauen: n=282; Männer: n=310); Hohe Schulbildung (Frauen: n=242; Männer: n=322)  
 [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“]



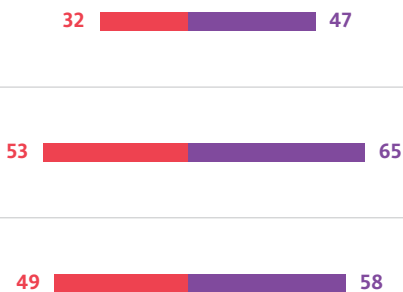
WOHLBEFINDEN BZGL. VERÄNDERUNG

Anteil "Eher positiv"

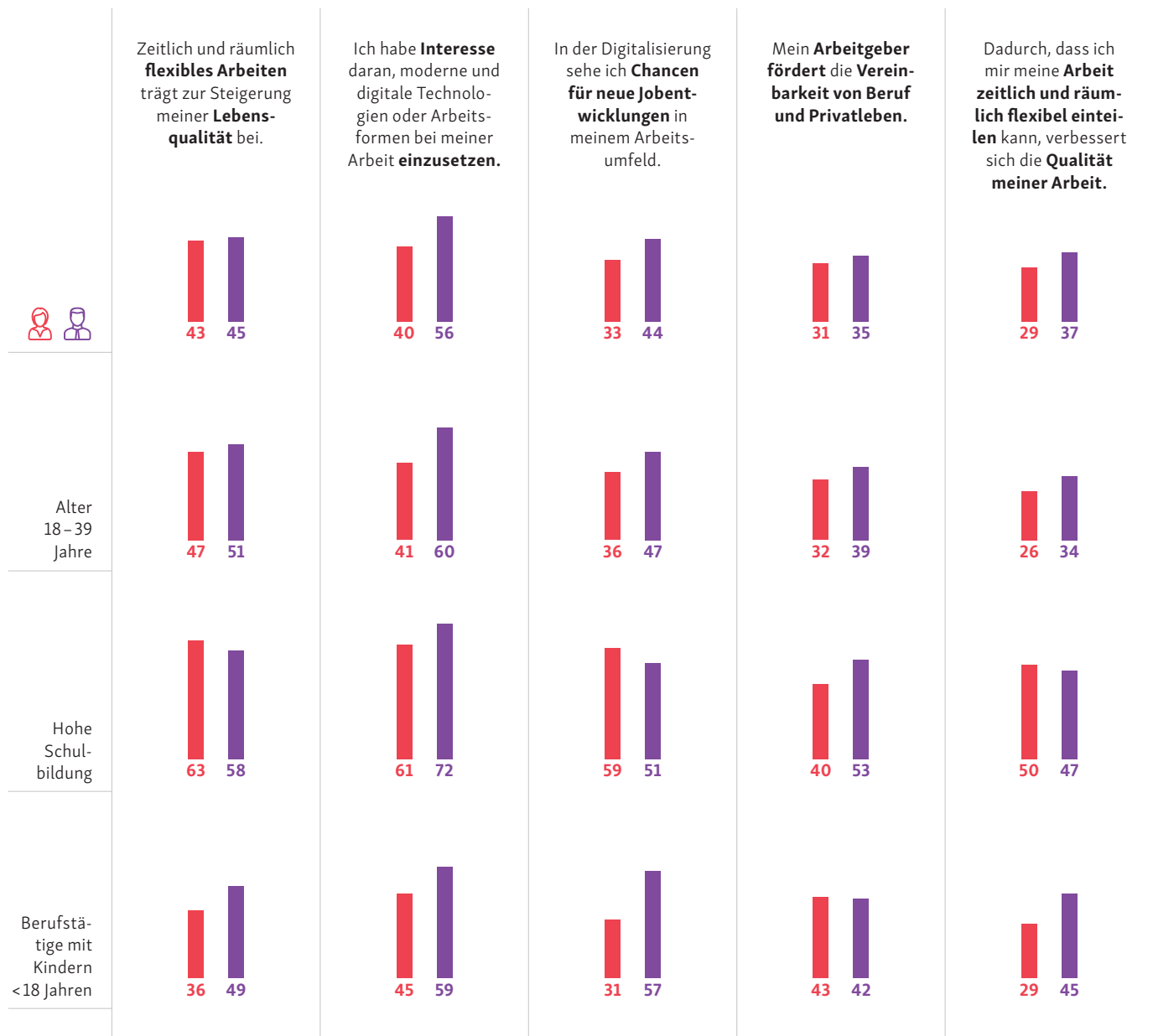


**BASIS:** Alle Befragten, die Veränderungen durch die Digitalisierung in den jeweiligen Lebensbereichen erwarten: Gesamt (Frauen: n=945-951; Männer: n=942-949); 18-39-Jährige (Frauen: n=266; Männer: n=299-300); 65+-Jährige (Frauen: n=262-266; Männer: n=263-268) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Eher positiv“]

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



**Männer sehen die zu erwartenden Änderungen aufgrund der Digitalisierung in den Bereichen Arbeit und Bildung in der Summe positiver als Frauen, jedoch sehen jüngere und höher gebildete Frauen die Änderungen in der Produktion und im Bildungswesen genauso positiv wie Männer.**



**BASIS:** Berufstätige (inkl. Ausbildung) (Frauen: n=466; Männer: n=531); 18-39-jährige Berufstätige (Frauen: n=178; Männer: n=226); Berufstätige mit hoher Schulbildung (Frauen: n=136; Männer: n=185); Berufstätige mit Kindern unter 18 Jahren im Haushalt (Frauen: n=148; Männer: n=126) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“]

**INSGESAMT ZEIGT SICH, DASS MÄNNER DEN ÄNDERUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN DURCH DIE DIGITALISIERUNG AM ARBEITSPLATZ DEUTLICH POSITIVER ENTGEGENSTEHEN ALS FRAUEN.**

Jedoch ist auch hier ein merklicher Einfluss der Bildung zu beobachten: Chancen für neue Jobentwicklungen und verbesserte Arbeitsabläufe durch die digitale Transformation sehen mehr höher gebildete Frauen als Männer.

Interessant sind die größeren Unterschiede zwischen den Geschlechtern bei den Berufstätigen mit Kindern: Während z. B. 57 Prozent der Männer in dieser Gruppe in der Digitalisierung neue Chancen für den eigenen Job erkennen, tun dies nur 31 Prozent der Frauen. Auch bzgl. der wahrgenommenen Steigerung der Arbeits- und Lebensqualität durch Digitalisierung ist die Diskrepanz zwischen Frauen und Männern in dieser Gruppe größer als insgesamt.

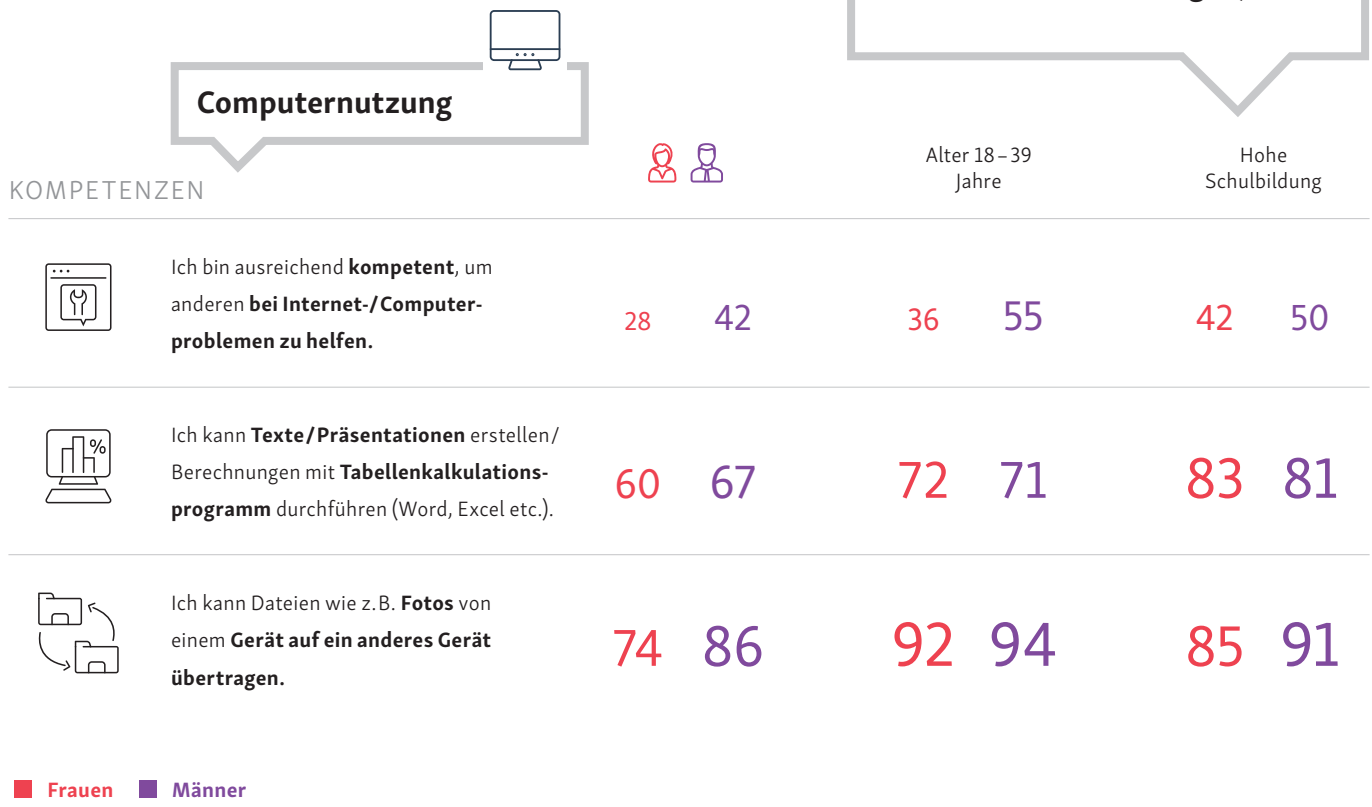
# Selbsteinschätzung digitaler Kompetenzen, Begriffskennntnis und Wissensaneignung

**BEI DER SELBSTEINSCHÄTZUNG DER KOMPETENZEN WEICHT DIESE STUDIE IN DER DARSTELLUNG BEWUSST VOM D21-DIGITAL-INDEX AB UND BETRACHTET DIESE NUR AUF BASIS DER COMPUTER- BZW. INTERNETNUTZER:INNEN UND NICHT AUF BASIS DER BEVÖLKERUNG INSGESAMT.**

Dieses methodische Vorgehen wird hier gewählt, um den strukturell vorhandenen Geschlechterunterschied auszugleichen, da in der Bevölkerung insgesamt weniger Frauen das Internet und seine Dienste nutzen. Trotzdem gibt es noch deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Männer schätzen sich selbst als kompetenter ein, als Frauen dies tun (dies ist z. T. auf das selbst-

bewusstere Auftreten und die damit verbundene Einschätzung der Männer zurückzuführen – dies wurde auch ausführlich in der Studie „Digital Gender Gap“ vom Januar 2020 diskutiert<sup>2)</sup>). Auch bei 18–39-Jährigen schätzen sich Männer bei vielen Anwendungen kompetenter ein; bei höher Gebildeten schätzen sich hingegen Frauen bei vielen Anwendungen etwas kompetenter ein als Männer, außer bei eher technischen Themen wie Sicherheitseinstellungen. Generell gleichen sich die Einschätzungen jedoch sehr aneinander an, wenn man nur die Gruppe der Frauen und Männer mit formal hohem Bildungsabschluss betrachtet.

**Bei höher Gebildeten schätzen sich Frauen bei vielen Anwendungen etwas kompetenter ein als Männer (außer bei eher technischen Themen wie Sicherheitseinstellungen).**



**BASIS:** Smartphone-/Computer-/InternetnutzerInnen: Gesamt (Frauen: n=696-787; Männer: n=759-829); 18–39-Jährige (Frauen: n=235-275; Männer: n=277-303); Hohe Schulbildung (Frauen: n=218-233; Männer: n=277-309) [Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“]

## Internetnutzung



Alter 18–39  
Jahre

Hohe  
Schulbildung



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

51 69 71 78 65 75



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

74 77 72 72 85 84



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

57 68 67 78 79 77



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

62 60 81 82 72 60

## Smartphonennutzung



Alter 18–39  
Jahre

Hohe  
Schulbildung



Ich kann mit meinem **Smartphone**  
**Nachrichten** z. B. per SMS oder  
Messengerdiensten **versenden**.

94 93 96 95 98 96

■ Frauen ■ Männer

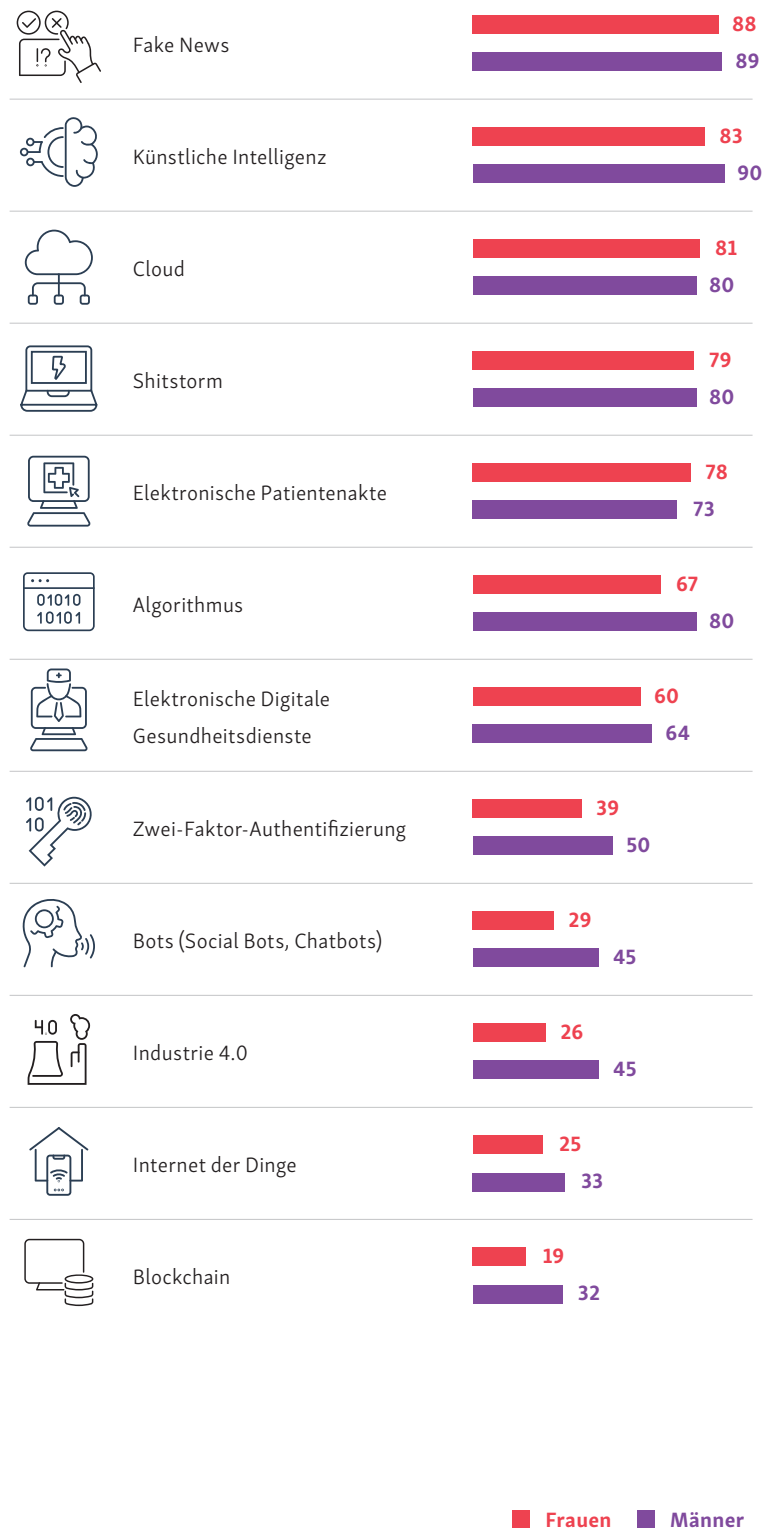
**BASIS:** Smartphone-/Computer-/InternetnutzerInnen: Gesamt (Frauen: n=696-787; Männer: n=759-829);  
18–39-Jährige (Frauen: n=235-275; Männer: n=277-303); Hohe Schulbildung (Frauen: n=218-233; Männer: n=277-309)  
[Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“]

**SOWOHL IM RAHMEN DES D21-DIGITAL-INDEX ALS AUCH IN DER „DIGITAL GENDER GAP“-STUDIE WURDE BEREITS DISKUTIERT, DASS MÄNNER SICH SICHERER IM DIGITALISIERUNGSDISKURS BEWEGEN.**

Sie geben häufiger als Frauen an, typische Begriffe wie Cloud oder Algorithmus zu kennen. Dieses Muster ändert sich auch nicht, wenn nur die Gruppe der höher Gebildeten betrachtet wird. Dies betrifft allerdings vorwiegend die technischen Begriffe, welche jedoch auch die deutliche Mehrheit der Begriffe darstellen. Bei den eher gesellschaftlich und politisch orientierten Begriffen, wie Fake News oder Shitstorm, oder Begriffen, die auch in den Alltagsmedien erwähnt und diskutiert werden (z. B. Cloud), verschwinden die Geschlechterunterschiede. Auch hier fußen die Zahlen auf einer Selbsteinschätzung. Allerdings konnten von denjenigen, die die Begriffe nach eigener Angabe kannten, mehr Männer als Frauen auch die richtige Definition identifizieren.

**Männer geben häufiger als Frauen an, technische Begriffe wie Cloud oder Algorithmus zu kennen. Bei den eher gesellschaftlich und politisch orientierten Begriffen, wie Fake News oder Shitstorm, verschwinden die Geschlechterunterschiede.**

KENNTNIS UND VERSTÄNDNIS (HOHE SCHULBILDUNG)



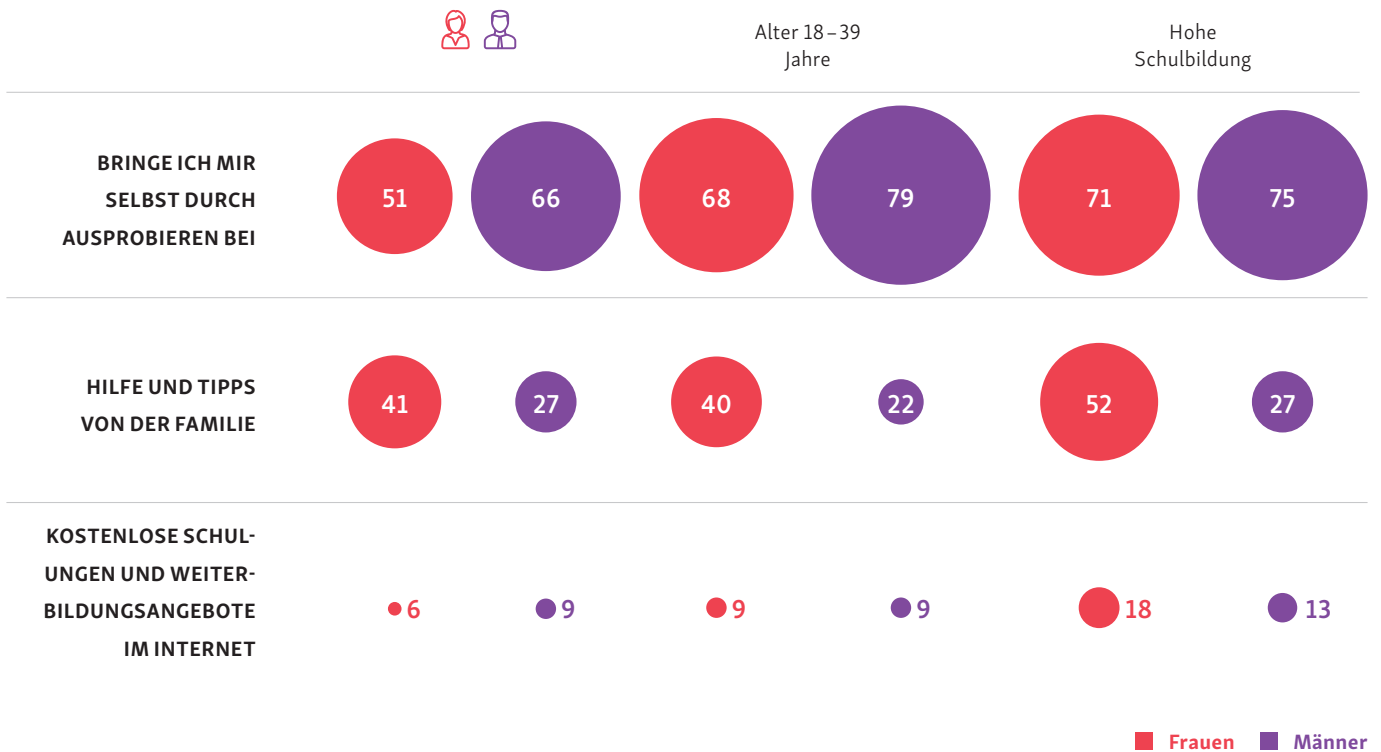
BASIS: Hohe Schulbildung (Frauen: n=242; Männer: n=322) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Kann ich erklären“ und „Weiß in etwa, was es bedeutet“]

**WIE EIGNEN SICH MÄNNER UND FRAUEN WISSEN ZUM THEMA COMPUTER, INTERNET UND DIGITALES AN?**

Während Männer gerne selbst ausprobieren, holen sich Frauen häufig Hilfe und Tipps von der Familie. Dies gilt auch bei Betrachtung von einzelnen Gruppen, allerdings lernen höher gebildete Frauen auch deutlich häufiger durch Ausprobieren. Kostenlose Online-Schulungen werden zwar generell von Männern etwas häufiger genutzt, dieser Unterschied dreht sich aber um, sobald man nur die Gruppe der höher gebildeten Männer und Frauen betrachtet. Generell ist der Anteil solcher Schulungen bei beiden Geschlechtern jedoch gering.

**Während Männer gerne selbst ausprobieren, holen sich Frauen häufig Hilfe und Tipps von der Familie.**

WISSENSANEIGNUNG COMPUTER, INTERNET UND DIGITALE THEMEN



**BASIS:** Gesamtbevölkerung (Frauen: n=1.022; Männer: n=997); 18-39-Jährige (Frauen: n=282; Männer: n=310); Hohe Schulbildung (Frauen: n=242; Männer: n=322) [Angaben in Prozent]

## Kritische Diskussion



Bei der Einschätzung der eigenen Kompetenzen neigen Mädchen und Frauen häufig zu einer zurückhaltenden Selbsteinschätzung, während Jungen und Männer hier deutlich mehr Selbstbewusstsein an den Tag legen<sup>6</sup>. Diese zum Teil sehr deutlichen Einschätzungsunterschiede zwischen den Geschlechtern zeigen sich auch in den Zahlen des D21-Digital-Index zu Digitalkompetenzen. Allerdings lassen erste Studien, bei denen die tatsächlichen Digitalkompetenzen gemessen werden, ein anderes Bild vermuten. So zeigt etwa die neueste Ausgabe der Studie ICILS<sup>13</sup> von 2018, dass Mädchen in der tatsächlichen Kompetenzmessung gleich bzw. oft auch besser abschneiden als Jungen – allerdings lässt sich dies nicht ohne Weiteres auf die im D21-Digital-Index oder hier betrachteten Altersgruppen übertragen.

Eine hohe Kenntnis hat man meist in den Themengebieten, für die man sich persönlich interessiert. Interessenschwerpunkte bilden sich schon in der frühen Kindheit und sind in großen Teilen Produkt von Erziehung und Sozialisation. Jungen kommen meist schon früh mit MINT-Themen in Berührung (z.B. technisches Spielzeug) während dies bei Mädchen oft erst später im Leben der Fall ist. Die vermeintliche „Wissenslücke“ holen Mädchen und Frauen jedoch schnell auf, sobald sie sich mit einem Thema intensiver auseinandersetzen. Dass Frauen sich Computerwissen über die Familie aneignen, könnte auch darin begründet liegen, dass sie häufiger der eingangs bereits beschriebenen Mehrfachbelastung durch Kinder und Haushalt ausgesetzt sind als Männer.

Dinge selbst auszuprobieren, bis man sie erlernt hat, ist zeitaufwändig. Frauen haben deshalb vermutlich häufiger weniger verfügbare Zeit für die Aneignung von neuem Wissen, sie fragen lieber die eigene Familie, welche häufig leichter verfügbar ist. Aber auch Frauen ohne Kinder im Haushalt nutzen diesen Weg der Wissensaneignung vermehrt und nehmen die Hilfe ihrer Partner in Anspruch – ein mögliches Indiz für die tendenziell klassische Zuschreibung der höheren Kompetenz von Männern in vielen Haushalten, die sich dadurch verstärkt.

Geringeres Interesse und geringere Offenheit bei Frauen in Bezug auf Digitalisierungsthemen muss nicht unbedingt auf Technikskepsis zurückzuführen sein, sondern kann auch durch das Zusammenspiel verschiedener Belastungsfaktoren begünstigt sein und ist damit vor allem auch ein strukturelles Problem.

Diese Aussagen gelten auch für Männer, die ihre Rolle anders leben oder in bestimmten Lebensphasen ihre Zeit anders verteilen oder nutzen. Je mehr Engagement im Haushalt und in der Familie bzw. je mehr Zeit mit den Kindern verbracht wird, desto weniger Zeit bleibt für Arbeit, Fortbildung und Karriere. Auch sind längst nicht alle Männer offen gegenüber digitalen und technischen Themen, daher gibt es natürlich auch unter den Männern sehr unterschiedliche Ausprägungen digitaler Kompetenz.



### Prof. Barbara Schwarze

Vorsitzende des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V., Professorin für Gender und Diversity Studies, Fakultät Ingenieurwissenschaften und Informatik der Hochschule Osnabrück, Mitglied des Präsidiums der Initiative D21 e. V.

## CHANGENGERECHTIGKEIT ALS GRUNDVORAUSETZUNG FÜR DIGITALE BILDUNG

Der D21-Digital-Index 2019/2020<sup>1</sup> weist im Zugang, in der Nutzung, der Offenheit und den Kompetenzen häufig erhebliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern auf. Sie können in den Köpfen von Lehr- und Beratungskräften, Personalverantwortlichen, Politikerinnen und Politikern das Bild einer sich selbst erfüllenden Prophezeiung bewirken: Frauen scheinen weniger als Männer an Technik interessiert – also spiegelt sich dies scheinbar auch in der digitalen Transformation wieder. Stereotype Sichtweisen auf die Interessen und Kompetenzen der Geschlechter finden sich in traditionell männlich und technikfokussiert ausgerichteten Inhalten, Praxisbeispielen und Methoden unserer technischen Schulfächer und Studiengänge. Sie verstärken wiederum die häufig wenig realistische Einschätzung der eigenen computerbezogenen Kompetenzen bei Jugendlichen. Die Studie ICILS 2018 zu den computer- und informationsbezogenen Kompetenzen von Mädchen und Jungen weist in der achten Jahrgangsstufe in Deutschland auf einen Kompetenzunterschied von 16 Punkten zugunsten der Schülerinnen hin<sup>2</sup>. Eine eher kritische Einstellung zu der Relevanz digitaler Medien für die Gesellschaft und eine geringere Einschätzung ihrer Selbstwirksamkeit in Digitalisierungsaspekten bewirkt, dass diese ihre Kompetenzen nicht vertiefen und sie nicht in studien- und berufsrelevante Entscheidungen umsetzen. In sozioökonomisch benachteiligten Familien wird zudem die elterliche Wahrnehmung geschlechtlich konnotierter Fähigkeiten noch häufiger von Geschlechterstereotypen als von den realen Fähigkeiten ihrer Kinder geprägt<sup>3</sup>.

Schulen können durch eine systematische, geschlechtergerechte und klischeefreie Vermittlung digitaler Kompetenzen zu mehr Chancengleichheit beitragen. Es gilt dabei, die Forschung zu den Interessen und zu beruflichen Perspektiven von Schülerinnen und Schülern der jeweiligen Schulformen differenziert einzubeziehen. Der DigitalPakt Schule bietet die Möglichkeit, ökonomische Nachteile bei der Technikausstattung auszugleichen. Darüber hinaus muss durch eine klare Definition und geschlechtergerechte Vermittlung „Digitaler Grundkompetenz für Alle“ und einen verbindlichen Informatikunterricht dafür Sorge getragen werden, realitätsnahe Selbsteinschätzungen und berufliche Perspektiven in technischen/digitalen Berufen zu ermöglichen<sup>4</sup>.

#### LITERATUR:

<sup>1</sup> Initiative D21 (Hrsg.) (2020): D21 Digital-Index 2019/2020.

<sup>2</sup> Eickelmann, Birgit; Bos, Wilfried; Gerick, Julia et al (2019): ICILS 2018 #Deutschland. Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking.

<sup>3</sup> Dombrowski, Rosine (2015): Berufswünsche benachteiligter Jugendlicher. Die Konkretisierung der Berufsorientierung gegen Ende der Vollzeitschulpflicht. BiBB – Berichte zur Beruflichen Bildung.

<sup>4</sup> Initiative D21 & Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit (2020): Digital Gender Gap. Lagebild zu Gender(un)gleichheiten in der digitalisierten Welt.



**Dr. Sigrid Nikutta**

Vorstand Güterverkehr der Deutschen Bahn

**ZUR BILDUNG GEHÖREN VORBILDER**

Die Digitalisierung verändert unser ganzes Leben – von Kindergarten und Schule über Berufsalltag bis zur Rente. Frauen wie Männer gleichermaßen. Die Zahlen der Untersuchung "Digitales Leben" zeigen aber deutlich: Männer haben mehr Interesse an den neuesten digitalen Trends und stehen Änderungen am Arbeitsplatz positiver entgegen als Frauen.

Woran liegt das? Meine Überzeugung: an gesellschaftlich gut etablierten Vorurteilen. In Deutschland stecken in vielen Köpfen noch festgefahrene Rollenbilder und Erwartungshaltungen was typisch „Mann“ und „Frau“ ist. Und das häufig unbewusst und verteilt über alle Altersstufen und Geschlechter. Dabei sind Mädchen in der Schule oft deutlich besser als Jungs, sie können sich besser konzentrieren und schreiben bessere Noten. Wieso sollten sie dann weniger Verständnis für neue digitale Themen haben?

Die Grundannahme, dass sich Frauen mit Technik und Digitalisierung schwertun, unterstütze ich ganz und gar nicht! Es gibt persönliche Neigungen, ob einem bestimmte Themen Spaß machen oder nicht, ob jemand eher praktisch veranlagt ist oder lieber strategisch arbeitet – und die gibt es bei Männern wie Frauen. Ich glaube auch, dass Medien zur Mythenbildung „Frauen können das nicht“ beitragen. Dieses Muster wird in Medien und Werbung gern als Klischee zur Belustigung hergenommen. Ich sehe hier in den letzten Jahren glücklicherweise ein allmähliches Umdenken. Wer klug und kreativ werben will, braucht sich nicht mehr über Frauen lustig machen.

Aber: Wir haben immer noch einen weiten Weg vor uns. Aus meiner Sicht der wesentliche Knackpunkt: Bildung! Denn die Befragung zeigt: Höher gebildete Frauen sind sogar stärker daran interessiert ihr Wissen im Bereich Computer und Internet auszubauen als Männer mit höherer Schulbildung. Neun von zehn Frauen sind davon überzeugt: Ohne digitale Grundkenntnisse heutzutage gibt es kaum noch Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Das kann ich nur unterschreiben.

Zur Bildung gehören für mich auch die Vorbilder – wir brauchen Frauen, die es anderen Frauen vorleben. Das beginnt in der Familie, ist ganz zentral in den Schulen und auch im Berufsleben hört es nicht auf. Das Verhalten und die Einstellungen, die wir vorleben und über die wir auch reden sollten, motivieren auch andere Frauen, die Chancen der Digitalisierung besser für sich zu nutzen.



**Christian Berg**

Geschäftsführer der AllBright Stiftung

## IN STEIN GEMEISSELTE ROLLEN

Mit meiner schwedischen Perspektive staune ich immer wieder, wie unterschiedlich die Erwartungen an Männer und Frauen in Deutschland sind. Besonders deutlich wird dieser Unterschied, wenn durch die Digitalisierung die Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben aufgebrochen werden. Mit vielen Frauen, die in geringer Teilzeit arbeiten, dem Ehegattensplitting, das das zementiert, und 90 Prozent Männern in den Unternehmensführungen wirken die unterschiedlichen Rollen in Deutschland wie in Stein gemeißelt. Die wenigen Frauen, die es bis in den Vorstand eines Unternehmens schaffen, sind selten für Digitalisierung, KI oder die technische Entwicklung zuständig. Von der Unternehmensführung heißt es dann oft, es gebe keine Frauen mit der entsprechenden Qualifikation, Frauen interessierten sich eben nicht für Digitalisierung.

Ein erster Blick auf die Ergebnisse der Studie scheint das zu bestätigen: Männer sind überzeugt, sich mit digitalen Begriffen besser auszukennen und selbst gut ausgebildete Frauen sehen in einer zunehmenden Digitalisierung ihres Arbeitsplatzes keine Verbesserung ihrer Work-Life-Balance. Das ist eigentlich nicht verwunderlich: die Krise hat schonungslos gezeigt, dass in den meisten Familien noch immer die Frau die Verantwortung für Haushalt und Homeschooling trägt. Männer, deren Identität oft mit der beruflichen Rolle eins ist, nutzen digitale Hilfsmittel, um zu Hause unvermindert weiterzuarbeiten. Für die Frauen dagegen gilt dieselbe digitale Anwesenheitspflicht, während zugleich Carearbeit und Haushalt intensiv weiterlaufen. Nicht gerade eine Win-Win-Situation.

Wenn digitale Lösungen vom Arbeitgeber in erster Linie als Möglichkeit gesehen werden, mit der Frauen Carearbeit und Beruf vereinbaren können, während Männer dafür belohnt werden, dem Unternehmen ständig zur Verfügung zu stehen und Zeit haben, sich umfangreich mit neuen IT-Lösungen vertraut zu machen, werden die positiven Effekte von Digitalisierung und Diversität nicht erreicht.

Geschlechterrollen können modernisiert werden, aber dafür braucht es den aktiven Einsatz von Politik, Wirtschaft und jedem Einzelnen. Wir brauchen mehr KI-Expertinnen und mehr Männer, die gut sichtbar Verantwortung für Haushalt und Familie übernehmen. Die D21-Studie zeigt, dass es höchste Zeit ist, zu handeln, wenn Deutschland bei Digitalisierung und Diversität nicht abgehängt werden will – beides muss Hand in Hand gehen, wenn die Entwicklung erfolgreich sein soll.

**Tijen Onaran**

Gründerin der GDW GLOBAL DIGITAL WOMEN GmbH



Foto: Urban Zintel

## **SICHTBARKEIT VON FRAUEN IST DER SCHLÜSSEL - DIE GESCHICHTE HINTER DEN ZAHLEN**

Auf den ersten Blick scheinen die Zahlen der neuen D21-Studie eine eindeutige Sprache zu sprechen: Männer interessieren sich mehr für die Digitalisierung und haben entsprechend mehr digitale Kompetenzen. Zudem schätzen sie die mit der Digitalisierung verbundenen Chancen optimistischer ein. Für mich stellen sich angesichts dieser Ergebnisse zwei entscheidende Fragen: Warum ist das so? Und: Was sind die Geschichten hinter diesen Zahlen? Denn meine Erfahrung als Unternehmerin lehrt mich geradezu das Gegenteil dessen, was die Zahlen nahelegen scheinen.

Natürlich stimmt es, dass Frauen von bestimmten Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung nicht im gleichen Maße profitieren, wie Männer dies tun. Die Corona-Krise zeigte das ganz deutlich. Während Männer die Homeoffice-Möglichkeit für ihre Karriere nutzen konnten, wurden viele Frauen in alte, längst überwunden geglaubte Verhaltensmuster zurückgedrängt. So ist es keine Überraschung, wenn gerade sie das mit der Digitalisierung verbundene positive Potenzial negativer bewerten. Viele der Unterschiede zwischen den Geschlechtern relativieren sich ein Stück weit, wenn der Bildungsaspekt in die Betrachtung einbezogen wird. Dann zeigt sich beispielsweise, dass Frauen mit einem Anteil von 68 Prozent im Vergleich zu 62 Prozent der Männer ein stärkeres Interesse daran haben, ihr digitales Wissen zu erweitern.

Bei der Suche nach den Ursachen für die Unterschiede möchte ich hier zwei wesentliche Gründe nennen. Erstens gibt es auf gesellschaftlicher Ebene Rollenklischees, die immer wieder aktualisiert und damit weiter verfestigt werden. Frauen wird immer wieder gesagt, sie seien für den technischen Bereich ungeeignet. Wenn die Selbsteinschätzung vieler Frauen damit übereinstimmt, darf dann nicht verwundern. Dass die Realität ganz anders aussieht, kann ich in meiner Arbeit täglich erfahren. Zweitens sind die Frauen, die im Bereich Digitalisierung erfolgreich sind, immer noch viel zu wenig sichtbar. Selbst wenn es dort erfolgreiche Frauen gibt, stehen sie nicht im gleichen Maße im Rampenlicht wie ihre männlichen Kollegen. Wie wichtig jedoch gleichgeschlechtliche Vorbilder für die Karrieremöglichkeiten von Frauen sind, wissen wir aus anderen Studien. Insbesondere für die Karriere von Frauen, die älteren Generationen angehören, ist die Sichtbarkeit von beruflich erfolgreichen Frauen ausschlaggebend, an denen sie sich orientieren können. Das Thema Sichtbarkeit halte ich darum für einen Schlüssel, wenn es um Chancengleichheit geht.

## Fazit und Handlungsempfehlungen

**MÄNNER SCHÄTZEN IM RAHMEN DES D21-DIGITAL-INDEX IHRE DIGITALEN KOMPETENZEN HÖHER EIN ALS FRAUEN. ALLERDINGS ZEIGEN STUDIEN MIT DIREKTER KOMPETENZMESSUNG (Z.B. ICILS<sup>13</sup>), DASS INSBESONDERE MÄDCHEN HÄUFIG BESSER BZW. NICHT SCHLECHTER ABSCHNEIDEN ALS JUNGEN.**

Auch ist zu beobachten, dass unter höher Gebildeten die Geschlechterunterschiede deutlich geringer ausfallen. Die Abfrage der Kenntnisse aus dem Digitaldiskurs zeichnet bisher ein noch etwas weniger differenziertes Bild: Vor allem technisch orientierte und fachspezifische Begriffe der Digitalisierung sind auch bei Männern mit hoher Schulbildung deutlich bekannter. Allerdings kennen höher gebildete Frauen Begriffe, die eher gesellschaftlich/politisch orientiert oder medial verbreitet sind, genauso gut wie Männer.

Männer arbeiten generell deutlich häufiger von zuhause bzw. unterwegs aus als Frauen. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind hier sogar größer mit Bürojobs und wenn Kinder im Haushalt leben, einzig bei höherer Bildung nähern sich die Geschlechter etwas an. Die Vereinbarkeit zwischen Privat- und Berufsleben scheint für Männer einfacher umzusetzen sein – sie sind auch vergleichsweise offener gegenüber beruflichen Veränderungen durch Digitalisierung. Bei der Nutzung von Lernangeboten und der Offenheit, das eigene Wissen auszubauen, sind Frauen allerdings den Männern unter den höher Gebildeten sogar voraus.

Dass in Familien mit Kindern im Haushalt Männer die Chancen und Vorteile von Homeoffice und Digitalisierung im Beruf immer noch deutlich stärker wahrnehmen als Frauen, ist ein weiteres Indiz, dass **Vereinbarkeitsmodelle** wie sie derzeit gestaltet sind eher noch bestehende Rollenbilder verstärken. Modelle zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf müssen mehr zwischen Gerechtigkeit und Gleichheit unterscheiden. Frauen leisten häufig mehr als doppelt so viel unbezahlte Care-Arbeit als Männer. Dies ist in aktuellen Vereinbarkeitsmodellen nicht berücksichtigt, Männer und Frauen werden hier gleich, aber nicht gerecht behandelt. Neue Modelle müssen den strukturellen Ungleichheiten zwischen den Rollen, die Männer und Frauen in der Regel ausüben, Rechnung tragen, um eine tatsächliche Gleichstellung zu erreichen und nicht nur Ungleichheiten weiter zu replizieren und zu verfestigen.

Hinsichtlich der nötigen Digitalkompetenzen für gleiche Teilhabechancen im Berufsleben ist es nötig, dass bestehende Klischees nicht nur kritisch hinterfragt, sondern durch **Vorbilder und alternative Entwürfe** aufgebrochen werden. Frauen trauen sich im Digitalen häufig weniger zu als Männer. Auch wenn diese Unterschiede mit höheren Bildungsabschlüssen und in der jüngeren Generation kleiner werden, bleibt dieses angelegene Verhalten weiter bestehen. Allerdings spielt auch die Mehrfachbelastung eine Rolle, da sie dazu führen kann, dass weniger Zeit und/oder Anlässe bestehen, Erfahrungen mit digitalen Lösungen zu sammeln.

Es fehlt in der schulischen Bildung, aber auch in der Erwachsenenbildung, an curricular vermittelten Standards zu digitalen Grundkompetenzen, und an einfach zugänglichen, zielgruppenorien-

tierten Möglichkeiten zur objektiven Rückmeldung zu den eigenen Kompetenzen. Selbstwirksamkeitserfahrungen können das Zutrauen und damit auch die Offenheit und das Interesse an Technik und Digitalisierung stärken. Wir empfehlen für den beruflichen Kontext **zielgruppenspezifische Fort- und Weiterbildungsangebote** finanziert durch die ArbeitgeberInnen anzubieten – überspitzt formuliert: Wirtschaft kann nicht auf die Ressource Frau für den deutschen Arbeitsmarkt verzichten. Daher muss es im Interesse aller sein, die strukturellen Bedingungen anzupassen. Die Politik kann dies durch die **Entwicklung eines Kompetenzrahmens** (ähnlich des Digital Competency Framework) speziell für bestimmte Berufsgruppen fördern, der eine realistische Kompetenzeinschätzung ermöglicht und Hinweise für den Ausbau weiterer Kompetenzbereiche empfiehlt. Ebenfalls könnte es sinnvoll sein, kleinteiligere **Kompetenzzertifikate** als Bausteine für Kompetenznachweise zu erwerben, die sonst nur in Studiengängen oder Abendkursen möglich wären, an denen wiederum Frauen in Situationen der Mehrfachbelastung (oder Männer in gleicher Situation) schwer teilhaben können. Unterstützt wird dies, wenn die Vermittlung von relevanten Kompetenzen für die digitale Welt didaktisch und methodisch mehr auf die Interessen und Lernvoraussetzungen von Frauen ausgerichtet wird.

# IM ZWISCHENMENSCHLICHEN LEBENSBEREICH „SOZIALE MEDIEN, KOMMUNIKATION UND VORBILDER“

## Gesellschaftliche Relevanz des Lebensbereichs

**DIGITALISIERUNG ÄNDERT NICHT NUR DIE ART UND WEISE WIE WIR PRIVAT LEBEN UND PROFESSIONELL ARBEITEN, SONDERN HAT AUCH EINFLUSS DARAUF, WIE WIR INTERAGIEREN UND KOMMUNIZIEREN – DIE ZWISCHENMENSCHLICHE EBENE.**

Eine besondere Rolle kommt dabei den sozialen Medien zu, mittels welcher auch digitale Identitäten geformt werden. Neben dem D21-Digital-Index haben wir hierzu zwei weitere Studien betrachtet, die am Ende des Abschnitts „Lagebild“ dargestellt werden. Eine Studie von Television Digital befasst sich mit der Selbstinszenierung<sup>14</sup>, eine Studie von Plan International mit Rollenbildern in sozialen Medien.<sup>15</sup>

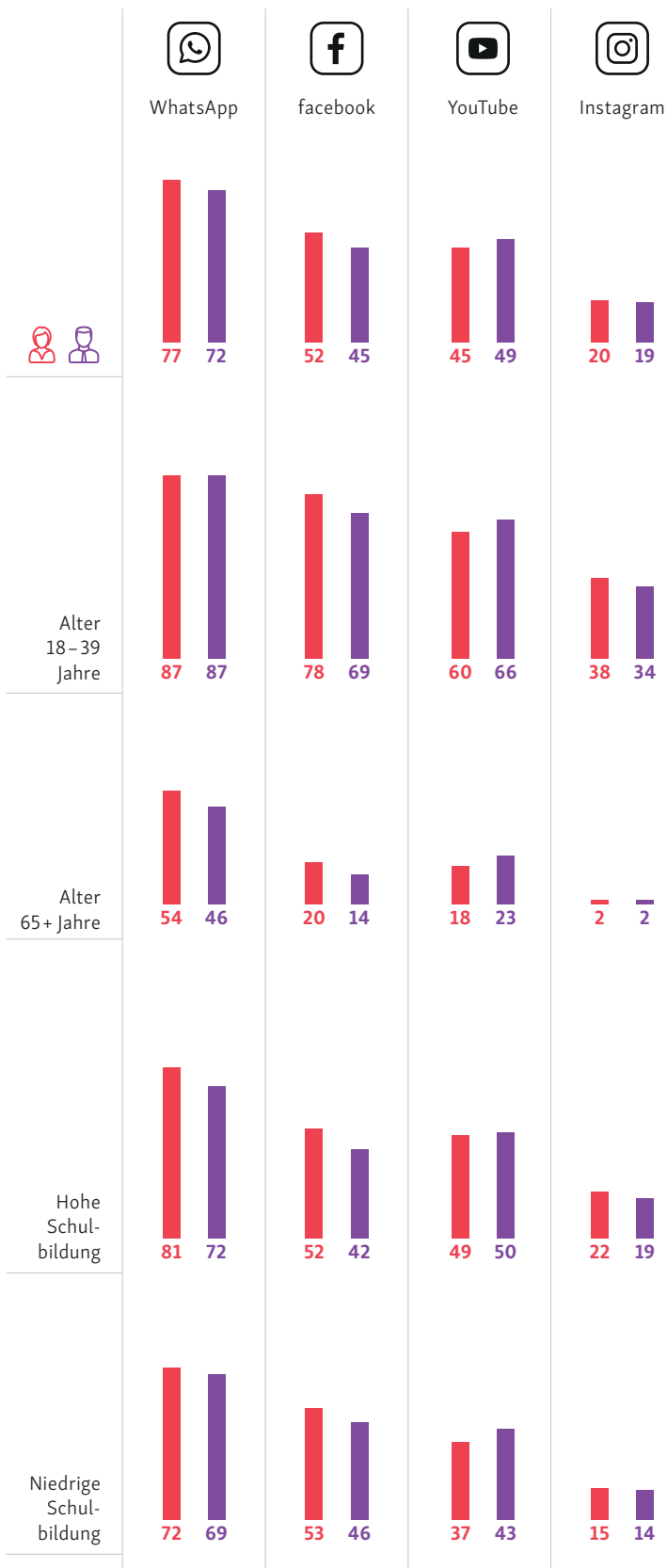
## Lagebild der Digitalen Gesellschaft<sup>1</sup>

**FRAUEN SIND AKTIVER BEI DER NUTZUNG EHER PRIVAT UND KOMMUNIKATIV ORIENTIERTER SOZIALER NETZWERKE WIE FACEBOOK UND WHATSAPP (UND GANZ LEICHT AUCH INSTAGRAM UND SNAPCHAT).**

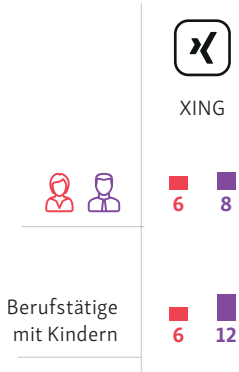
Männer hingegen nutzen etwas stärker berufliche Netzwerke wie LinkedIn und XING und auch YouTube und Twitter. Auch bei den Jüngeren nutzen Frauen Facebook und Instagram häufiger als Männer. Diese sind eher auf Twitter und

Youtube zu finden. Ansonsten sind sich Männer und Frauen dieser Altersgruppe in der Nutzung der sozialen Medien relativ ähnlich. Es fällt auf, dass bei Berufstätigen mit Kindern doppelt so viele Männer XING nutzen wie Frauen. Bei den Frauen macht es in der Nutzung keinen Unterschied, ob Kinder im Haushalt leben oder nicht, bei den Männern hingegen steigt die Nutzung mit Kindern im Haushalt an.

NUTZUNG SOZIALER MEDIEN



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



■ Frauen ■ Männer

**BASIS:** InternetnutzerInnen (Frauen: n=8.253; Männer: n=8.281); 18-39-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=2.779; Männer: n=2.764); 65+-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=1.424; Männer: n=1.974); InternetnutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=2.606; Männer: n=3.078); InternetnutzerInnen mit niedriger Schulbildung (Frauen: n=1.867; Männer: n=2.036) [Angaben in Prozent]

**Auch bei den Frauen ab 65 Jahren nutzt mehr als die Hälfte Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp**

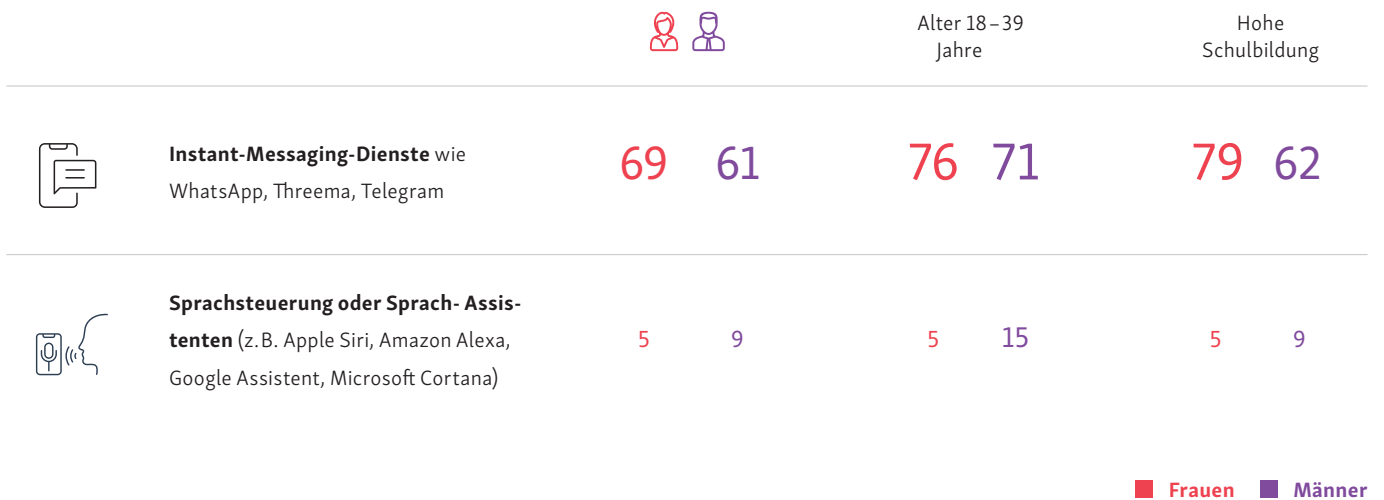
**BEI DER REGELMÄSSIGEN NUTZUNG VON INSTANT-MESSAGING-DIENSTEN INSGESAMT SIND DIE NUTZUNGSQUOTEN BEI DEN FRAUEN ÜBER ALLE BETRACHTETEN GRUPPEN HÖHER.**

Auch bei den Frauen ab 65 Jahren nutzt mehr als die Hälfte diese Dienste. Sprachassistenten (im Smartphone oder als Extra-Gerät) werden nach wie vor von wenigen Menschen täglich oder wöchentlich genutzt – Männer nutzen diese über alle Gruppen intensiver.

Während zwölf Prozent der männlichen Social-Media-Nutzer insgesamt bereits selbst über soziale Medien angefeindet wurden, trifft dies nur auf neun Prozent der Frauen zu. Bei den Jüngeren sind die Anteile höher (Männer 19 Prozent, Frauen 14 Prozent). Doch auch wenn Männer häufiger Opfer von Anfeindungen werden, so geben Frauen deutlich häufiger an, dass sie diese Anfeindungen belasten (siehe Datenanhang). Hierbei ist es wichtig einzuordnen, dass nicht die Art der Anfeindung abgefragt wurde – es ist also gut möglich, dass quantitativ Männer häufiger Anfeindungen erleben, die Qualität dieser aber eine gänzlich andere ist als die gegen Frauen.

NUTZUNGSVERHALTEN

**Ein- oder mehrmals pro Woche**



**BASIS:** InternetnutzerInnen: Gesamt (Frauen: n=787; Männer: n=829); 18–39-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=275; Männer: n=303); 65+-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=131; Männer: n=177); InternetnutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=233; Männer: n=309) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Nutzung ein- oder mehrmals pro Woche“]



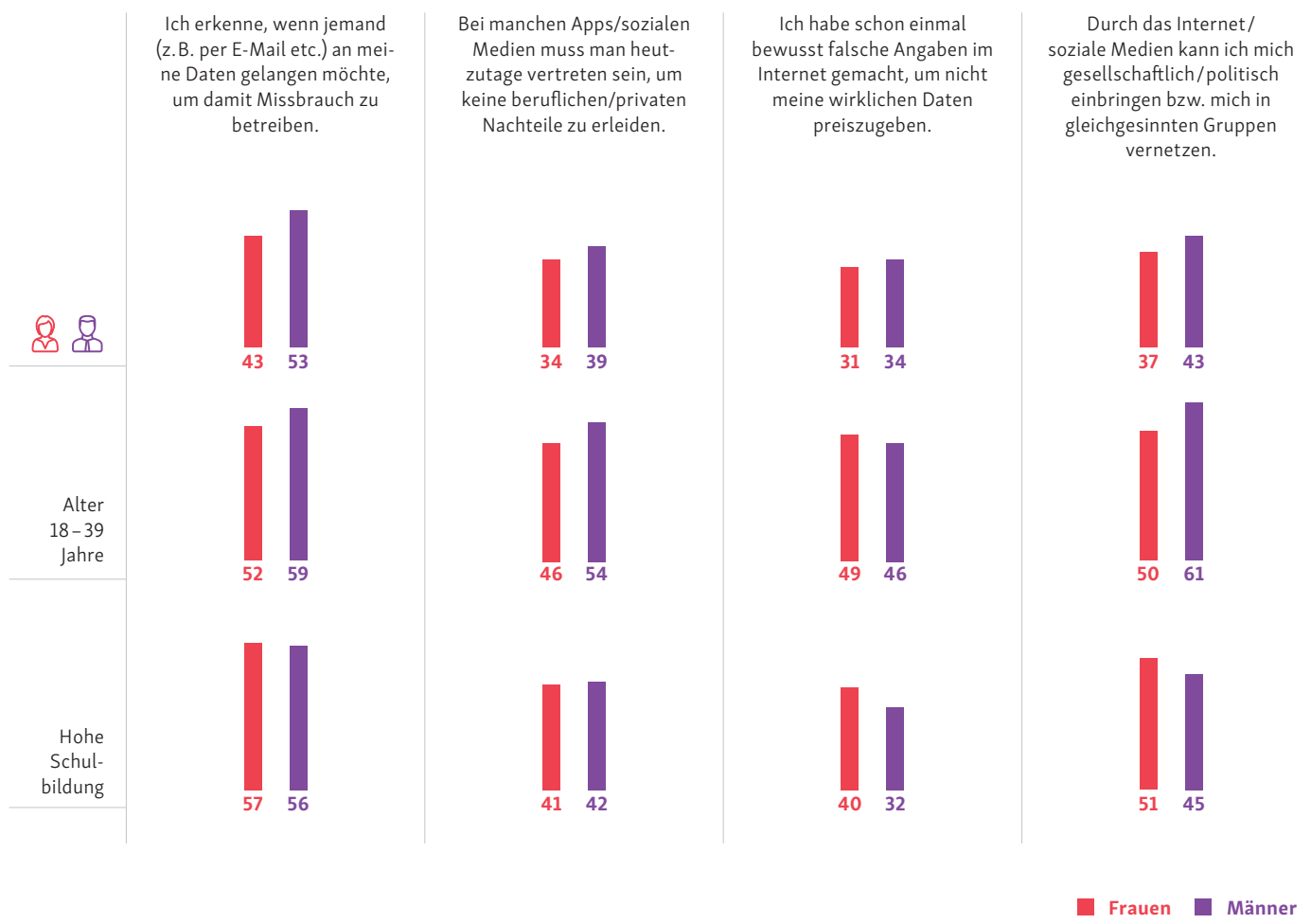
## Offenheit bzgl. digitaler Kommunikation und sozialen Medien

**DAS BEWUSSTSEIN FÜR DIE BEDEUTUNG VON SOZIALEN MEDIEN BZGL. GESELLSCHAFTLICHEN/POLITISCHEN ENGAGEMENT UND BERUFLICHER UND PRIVATER VORTEILE IST GENERELL BEI MÄNNERN ETWAS STÄRKER VORHANDEN ALS BEI FRAUEN – DIES KEHRT SICH ALLERDINGS BEI DER GRUPPE DER HÖHER GEBILDETEN UM BZW. GLEICHT SICH AN.**

Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Datenschutzbewusstsein, hier sind junge und höher gebildete Frauen noch eher bereit, falsche Angaben zu machen, um ihre Daten zu schützen, als Männer.

**Höher gebildete Frauen haben ein hohes Bewusstsein für die Bedeutung von sozialen Medien bzgl. gesellschaftlichem und politischem Engagement sowie für Datenschutzthemen.**

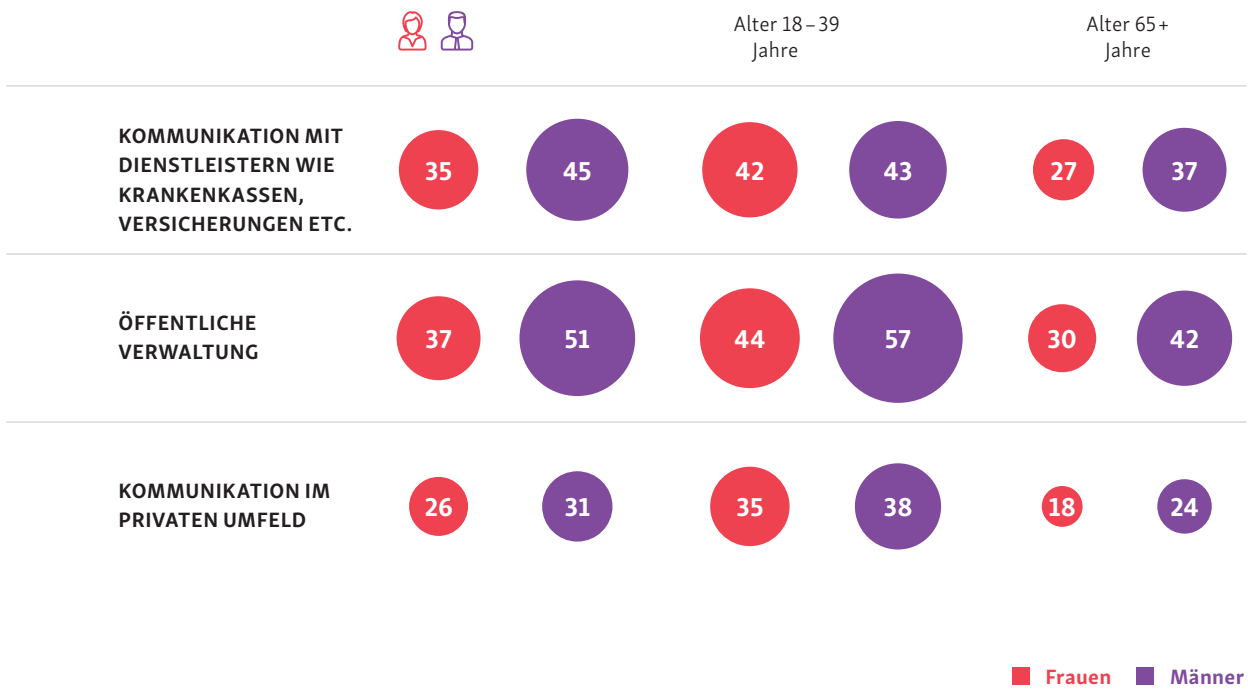
### OFFENHEIT UND EINSTELLUNG ZU SOZIALEN MEDIEN



**BASIS:** Items 2+4: Gesamtbevölkerung (Frauen: n=1.022; Männer: n=997); 18-39-Jährige (Frauen: n=282; Männer: n=310); Hohe Schulbildung (Frauen: n=242; Männer: n=322) | Items 1+3: InternetnutzerInnen (Frauen: n=787; Männer: n=829); 18-39-jährige InternetnutzerInnen (Frauen: n=275; Männer: n=303); InternetnutzerInnen mit hoher Schulbildung (Frauen: n=233; Männer: n=309) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“]

## WOHLBEFINDEN BZGL. VERÄNDERUNG

Eher positiv



**BASIS:** Alle Befragten, die Veränderungen durch die Digitalisierung in den jeweiligen Lebensbereichen erwarten: Gesamt (Frauen: n=943-949; Männer: n=941-945); 18–39-Jährige (Frauen: n=264-267; Männer: n=298-302); 65+-Jährige (Frauen: n=262-265; Männer: n=264-267) [Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Eher positiv“]

**KNAPP EINER VON DREI MÄNNERN DENKT, DASS SICH DIE KOMMUNIKATION IM PRIVATEN UMFELD EHER POSITIV DURCH DIE DIGITALISIERUNG ENTWICKELN WIRD – BEI DEN FRAUEN DENKT DIES NUR EINE VON VIER.**

Auch die Kommunikation mit Dienstleistern verändert sich – dies sehen 45 Prozent der Männer und 35 Prozent der Frauen eher positiv.

Bei den Änderungen in der öffentlichen Verwaltung ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern noch größer – hier sehen 51 Prozent der Männer und 37 Prozent der Frauen die Veränderungen eher positiv. Die Geschlechterunterschiede sind auch bei Betrachtung einzelner Gruppen sichtbar, außer bei der Kommunikation mit Dienstleistern, wo jüngere und höher gebildete Frauen die Entwicklung ähnlich positiv einschätzen wie die Männer.

# Selbstinszenierung und Rollenbilder in sozialen Medien

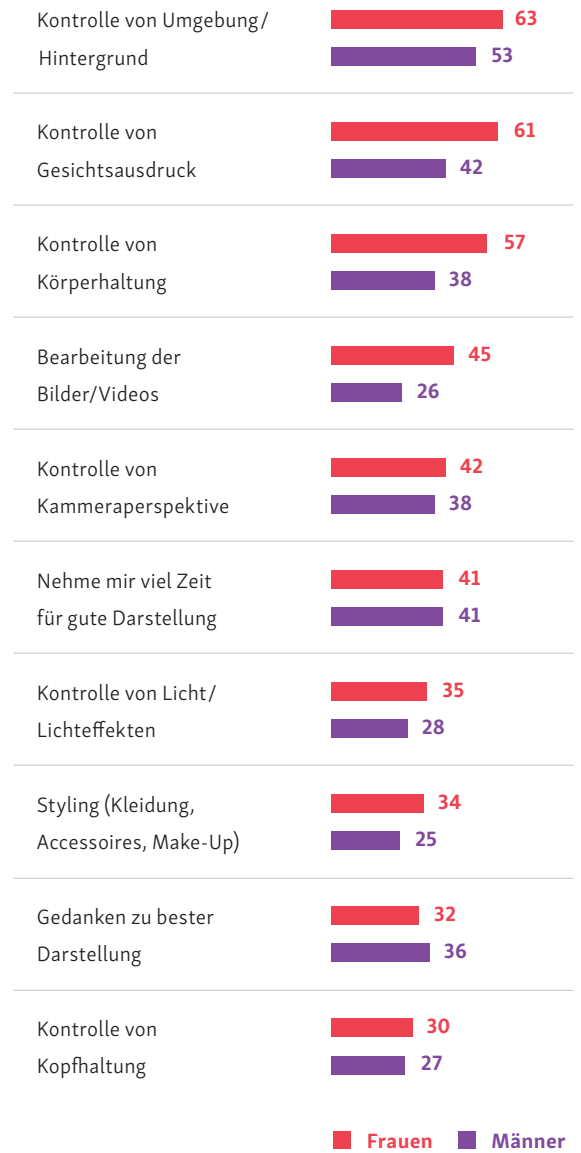
## DIE STUDIE „MAN BRAUCHT EIN PERFEKTES BILD“ VON TELEVISION DIGITAL<sup>8</sup> BESCHÄFTIGT SICH MIT DER SELBSTINSZENIERUNG IN SOZIALEN MEDIEN:

Fotos sind in der Digitalisierung zentrale Elemente der Selbstdarstellung und tragen damit auch zur Identitätsstiftung bei. Vor allem Instagram wird als Plattform angesehen, auf der junge Leute eine „Visitenkarte“ von sich zeigen. Die Anzahl der „Likes“, die ein Posting bzw. ein Foto erreicht, gilt dabei als gesellschaftlicher Gradmesser für den Erfolg.

Bei Mädchen und jungen Frauen überwiegen Inszenierungen, die den Vorstellungen der professionellen Schönheits- und Modeindustrie entsprechen, d. h. sie bekommen dementsprechend Likes und Rückmeldungen, die sich vor allem auf das Aussehen beziehen. Somit werden schon frühzeitig das Aussehen und traditionell weibliche Inhalte (wie z. B. Mode) von den Mädchen in den Vordergrund gestellt. Die Mädchen werden in diesem Verhalten von der Gesellschaft belohnt, denn die hohe Anzahl der „Likes“, die sie auf diese Posts bekommen, verstärkt dieses Verhalten weiter.

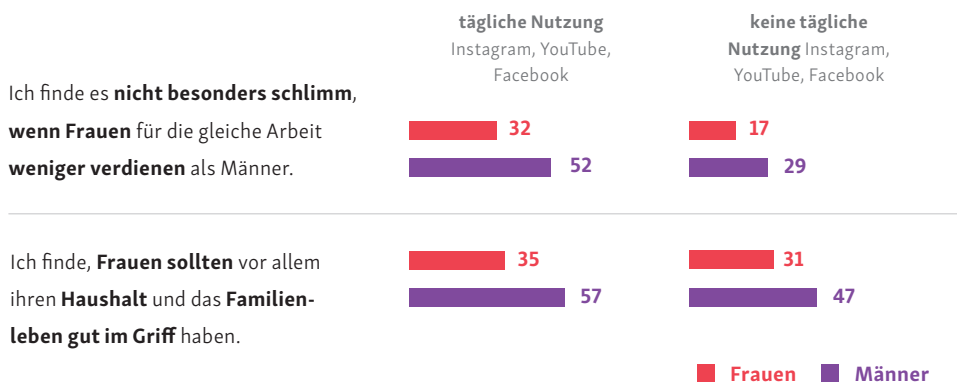
Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass „Erfolg“ in den privat genutzten sozialen Medien häufig stark mit stereotypen (Schönheits-)Idealen korrespondiert – dies gilt für beide Geschlechter.

## DARSTELLUNGSSTRATEGIEN FÜR SOCIAL MEDIA



BASIS: 14–32-Jährige (Frauen: n=500; Männer: n=500)  
[Eigene Darstellung in Anlehnung an Plan International Deutschland e.V.]

## PERSÖNLICHE EINSTELLUNG DER FRAUEN / MÄNNER ZU ROLLENBILDERN



BASIS: 14–32-Jährige (Frauen: n=500; Männer: n=500)  
[Eigene Darstellung in Anlehnung an Plan International Deutschland e.V.]

KÖRPERMERKMALE, DIE MÄDCHEN UND JUNGEN AUF INSTAGRAM REGELMÄSSIG MIT FILTERN VERÄNDERN



**Mädchen verändern in fast allen abgefragten Merkmalen mehr als Jungen.**

Plan International Deutschland e. V. hat in seiner Studie „Rollenbilder in den Sozialen Medien und ihre Auswirkungen auf die Gleichberechtigung“<sup>15</sup> untersucht, welcher Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Ansichten über die Rollenverteilung von Mann und Frau besteht:

„Obwohl 75 Prozent der befragten Frauen und 61 Prozent der befragten Männer angaben, sich über die Gleichstellung von Frauen und Männern Gedanken zu machen, denkt ein Großteil von ihnen noch in alten Rollenmustern.“

Vor allem hinsichtlich Kindererziehung und Haushalt herrschen bei beiden Geschlechtern überwiegend klassische Vorstellungen. Regelmäßige Social-Media-Nutzerinnen zeigen sich dabei deutlich konservativer als die Befragten ohne regelmäßige Social-Media-Nutzung.

Die genutzten Darstellungsstrategien für Social Media machen deutlich, dass Frauen mehr Aufwand als Männer in ihre Posts investieren. Die digitalen Kompetenzen von Frauen sind in diesem Fall weniger technischer Natur als vielmehr gestalterischer und kommunikativer.



BASIS: Instagram-NutzerInnen im Alter von 12-19 Jahren (Mädchen: n=144; Jungen: n=78) [Eigene Darstellung in Anlehnung an Television Digital]

## Rolle der InfluencerInnen



**WER STARKE PRÄSENZ IN DEN SOZIALEN MEDIEN ZEIGT UND DORT HOHES ANSEHEN GENIESST, HAT GLEICHZEITIG AUCH DIE KRAFT, DENK- UND VERHALTENS-MUSTER ZU BEEINFLUSSEN.<sup>15</sup>**

Solche professionellen InfluencerInnen in Deutschland verfolgen allerdings – da sie damit mehr Erfolg haben – häufig stereotype Darstellungen. Vor allem für die bild- und tonbetonten Social-Media-Kanäle gilt im Allgemeinen: Gaming und Comedy für die Männer, Beauty und Lifestyle für die Frauen. Die Vorbildfunktion von InfluencerInnen ist einer der möglichen Gründe dafür, warum Menschen, die intensiver Social Media nutzen, stärker in stereotypen Rollenmustern denken als andere. InfluencerInnen haben also einen z.T. deutlichen Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung und können einer Rekonstruktion traditioneller Rollenbilder entgegenwirken.<sup>15, 16</sup>

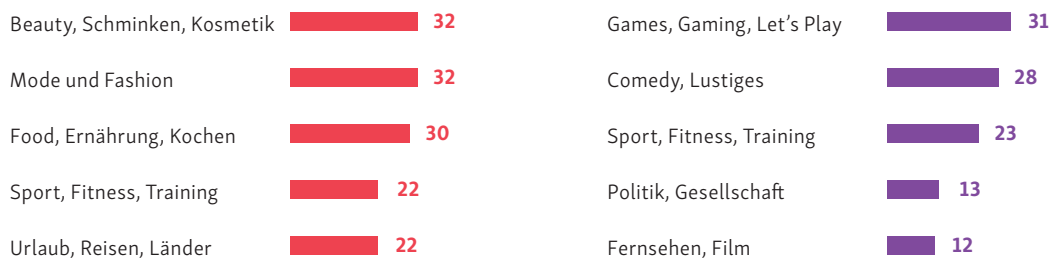
Es gibt aber auch sichtbar erfolgreiche Frauen im beruflichen Umfeld: So waren unter den Top 10 InfluencerInnen (ausgewählte Führungspersönlichkeiten und VordenkerInnen) 2019 immerhin vier Frauen und unter den 25 Top Voices (Liste der 25 InfluencerInnen und Mitglieder der DACH-Region, die am erfolgreichsten Debatten anstoßen) zwölf Frauen.<sup>17</sup>

**Beispiel für ein Konzept, das weibliche digitale Vorbilder in sozialen Medien vorstellt:**

**Bayerische Staatsministerin für Digitales, Judith Gerlach, mit der Initiative BayFiD<sup>18</sup>**

Um mehr Frauen für Digitalberufe zu begeistern, hat die Bayerische Staatsministerin für Digitales (StMD), Judith Gerlach, die Initiative BayFiD ins Leben gerufen. Durch das 1,5 Jahre dauernde Talentprogramm sollen Frauen zwischen 18 und 30 Jahren Einblicke in digitale Berufsfelder und zukunftsweisende Berufe bekommen, sich mit Vorbildern austauschen und von einem breiten Netzwerk profitieren. Dies erfolgt anhand verschiedener Formate wie Workshops, Vorträge, Unternehmensbesuche oder einem Erfahrungsaustausch mit Expertinnen und Teilnehmerinnen.

### THEMEN DER VORBILDER BEI SOCIAL MEDIA



■ Frauen ■ Männer

## Kritische Diskussion



Während LinkedIn international immer mehr auf dem Vormarsch ist, wird XING immer noch häufiger in Deutschland genutzt. Generell ist es ein etwas traditioneller anmutendes Netzwerk. Dies könnte erklären, warum gerade Männer mit Kindern hier stärker vertreten sind als Männer ohne Kinder im Haushalt. Vor allem, da dieser Unterschied bei Frauen nicht zu Tage tritt. Das traditionelle Familienmodell könnte (die vornehmlich konservativeren) Männer stärker als Frauen motivieren, sich verstärkt um ihre berufliche Karriere zu kümmern. Ein anderer Grund für die erhöhte XING-Nutzung unter Männern mit Kindern könnte das Alter als zusätzlicher Einflussfaktor sein: Berufseinsteiger sind noch nicht sehr aktiv in beruflichen sozialen Netzwerken, das macht man erst etwas später und dann hat man potenziell auch häufiger Kinder.

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

Anfeindungen finden nicht nur in analogen, sondern auch in digitalen Räumen statt. Häufigkeit und Art der Anfeindungen unterscheiden sich zwischen den Geschlechtern. In der digitalen Lebenswelt, d. h. in sozialen Netzwerken, sind es (wie auch im Analogen) vor allem Mädchen und Frauen, die Anfeindungen sexueller und/oder degradierender Natur begegnen. Diese Anfeindungen haben oft System, halten lange an und werden gesellschaftlich z. T. immer noch als „normal“ angesehen (und den Frauen wird u. a. auch vermittelt, sie seien selbst schuld daran, z. B. wegen ihrer Kleidung<sup>19</sup>). Frauen sind auch sehr viel häufiger Opfer von Cyberstalking, eine weitere Form der Bedrohung gegenüber Frauen im digitalen Raum, die noch unzureichend beleuchtet ist und das digitale Leben betroffener Frauen erschwert und einschränkt.



**Ann Cathrin Riedel**

Vorsitzende LOAD e.V. – Verein für liberale Netzpolitik,  
selbstständige Beraterin für digitale politische Kommunikation



Foto: Hendrik Wieduwilt

## **DER DIGITALE RAUM (INSB. SOZIALE NETZWERKE)** **IST EIN POLITISCHER RAUM**

Das Internet, insbesondere soziale Netzwerke, kann ein Ort sein, in dem sich insbesondere marginalisierte Gruppen austauschen, verbünden und eine Stimme finden. Das haben nicht nur Hashtags und Online-Bewegungen wie #metoo, #metwo, #aufschrei, Fridays For Future, #unteilbar, oder jüngst – abermals – #blacklivesmatter gezeigt. Der digitale Raum, auch und gerade der auf sozialen Netzwerken, ist ein politischer Raum. Twitter ist hierfür wohl die bekannteste Plattform, aber gerade durch die #blacklivesmatter-Bewegung im Frühjahr 2020 wurde auch Instagram viel stärker politisiert. Die eigene (politische) Stimme in sozialen Netzwerken erheben zu können, mag erstmal einfach klingen. Gerade in liberalen Demokratien und Rechtsstaaten. Doch die eigenen Erfahrungen von Rassismus oder Sexismus “nur mal tweeten” bedeuten für die Geschlechter Unterschiedliches. So sehen wir sehr häufig, dass insbesondere Frauen, die ihre politische Stimme im öffentlichen Raum im Netz erheben, angegangen werden. Dabei wird Frauen eben nicht mit inhaltlicher Kritik begegnet, sondern mit abwertenden Äußerungen zu ihrem Aussehen, rassistischen oder sexistischen Aussagen, oder im schlimmsten Fall Vergewaltigungs- und Morddrohungen. Gerade Politikerinnen berichten davon und männliche Kollegen können bestätigen, dass sie sehr selten bis nie ähnliche Angriffe auf die eigene Person erleben, die sich vornehmlich auf ihr Geschlecht beziehen, wie ihre Kolleginnen.

Die Zahlen zur Sonderauswertung zu Geschlechteraspekten digitaler Lebensbereiche zeigen hier Erschreckendes. Frauen, die im Netz sozialisiert wurden, haben deutlich weniger das Gefühl, sich durch das Internet bzw. soziale Medien politisch oder gesellschaftlich einbringen zu können. Dass Frauen mit Vorbildfunktion wie Katharina Schulze, Sawsan Chebli oder Ricarda Lang öffentlich darüber reden, wie sie aufgrund ihres Geschlechts oder ihres Aussehens, teilweise auch wegen ihrer Herkunft und/oder Religion gleich doppelt oder dreifach diskriminiert und angegriffen werden, ist zwar durchaus wichtig, um auf das Problem aufmerksam zu machen. Gleichwohl ist es auch ein negatives Beispiel, bei dem Frauen sehen, was im Netz passiert, wenn sie für ihre Themen eintreten. Trotzdem bleibt es wichtig, dass nicht nur die genannten Frauen darüber öffentlich sprechen, was ihnen und anderen widerfährt.

Das Silencing von Frauen, gerade auch denjenigen, die von Mehrfach-Diskriminierung betroffen sind, muss dringend stärker unter diesem Geschlechtsaspekt diskutiert werden und Lösungen gefunden werden. Reine Verschärfungen des Strafrechts können hier nicht genügen, zumal dringend wahrgenommen werden muss, dass Frauenhass, und damit deren Silencing, eine Strategie von Rechtsextremisten ist, die nebst ihren antisemitischen und rassistischen Motiven und Beweggründen zu häufig als Nebensächlichkeits betrachtet wird, wenn sie nicht ganz ignoriert wird. Der demokratische Diskurs braucht einen politischen Raum – auch im Digitalen – der es allen ermöglicht, sich frei von Angst vor Angriffen ob ihres Geschlechts, ihrer Sexualität, Religion, Herkunft oder Ethnie bewegen zu können.



### Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Professor für Online-Kommunikation, Universität Hohenheim in Stuttgart

## VERSTÄRKUNG TRADIERTER ROLLENBILDER IN SOZIALEN MEDIEN

Die Geschlechterunterschiede bei der Nutzung sozialer Netzwerk-Plattformen sind subtil, aber in der Summe deutlich. Frauen sind dort häufiger unterwegs als Männer, weil sie sich generell mehr für Kommunikation in Gruppen und Austausch mit anderen interessieren. Männer profilieren sich dagegen eher als Meinungsmacher und in professionellen Zusammenhängen. Entsprechend tummeln sie sich mehr auf Twitter sowie in den beruflichen Netzwerken LinkedIn und Xing. Frauen bevölkern eher soziale und ästhetisch ansprechende Plattformen: junge Frauen Facebook und Instagram, ältere Frauen fast nur Facebook. Interessant auch: Facebook ist die Plattform aller Alters- und Bildungsgruppen, während in allen anderen Netzwerken eindeutig die Jüngeren sowie tendenziell die höher Gebildeten dominieren.

Social Media unterstützen die Darstellung und Wahrnehmung der eigenen Persönlichkeit und Identität. Ein solches Online-Identitätsmanagement ist für Personen mit niedriger Schulbildung besonders wichtig. Vermutlich weil sie seltener in Berufen arbeiten, in denen sie sich als Individuum profilieren können. Das erklärt womöglich auch den Befund, dass gerade die Social-Media-Intensivnutzer unter den 14- bis 32-Jährigen oft erschreckend konservative Geschlechterrollen vertreten. Wer sich in einem eintönigen Berufsleben langweilt, lenkt sich in sozialen Online-Netzwerken mit Fashion-, Travel-, Health- oder Proll-Influencern ab, die häufig konsumistische, neoliberale und konservative Weltbilder vorleben. Und wer sich im Beruf kaum profilieren kann und eher schlecht verdient, sucht womöglich als Kompensation Bestätigung durch das Posten von (bearbeiteten) Selfies und Videos rund um Beauty, Bizeps und Boliden. Leider fehlen die Daten, um diese Interpretation zu überprüfen. Eines ist jedoch beim gegenwärtigen Forschungsstand klar: Die Nutzung von Social Media allein macht junge Menschen sicher nicht konservativ. Wahrscheinlicher ist ein Spiraleffekt: Wer tendenziell rückwärts gewandte Geschlechterrollen- und Weltbilder vertritt, findet auf Instagram & Co. viel Bestätigung dafür und nutzt die Plattformen entsprechend intensiv. Das wiederum verstärkt entsprechende Neigungen und Einstellungen.



**Dr. Anna Grebe**

Medienwissenschaftlerin und Mitarbeiterin der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung  
im Programmbereich „Demokratie stärken“



Foto: Andi Weiland

## **DIE SOZIALE PRAXIS WIRD UNTER DIGITALEN BEDINGUNGEN FORTGEFÜHRT UND VERSTÄRKT**

Je mehr das Leben auch im Netz stattfindet, desto sichtbarer wird auch hier, ob die Gesellschaft ihrem Ziel, ‚analog‘ geschlechtergerechter zu werden, näherkommt. Dass Frauen soziale Medien anders nutzen als Männer liegt zum Beispiel nicht selten daran, dass sie mit zunehmender virtueller Exponiertheit auch eher Gefahr laufen, Opfer digitaler Gewalt zu werden. So muss eine Frau auf Twitter sich nicht einmal zwingend zu tagesaktuellen politischen Debatten geäußert haben, um mit Hasskommentaren überzogen zu werden, die sich in der Regel nicht auf ihren inhaltlichen Standpunkt, sondern einzig und allein auf ihr Geschlecht beziehen und bis zur Androhung von körperlicher Gewalt gehen können. Es genügt, als kompetente Frau in Erscheinung zu treten oder aus der Perspektive einer Frau über ein Thema zu twittern, das diskursiv männlich konnotiert ist oder das auf der persönlichen Wahrnehmung von sozialen Zusammenhängen beruht (z. B. zur gerechten Arbeitsteilung/„Mental Load“ in der Familie während der Corona-Krise). Diese Formen digitaler Gewalt zeitigen meines Erachtens deshalb auch wiederum Effekte in der nicht-digitalen Alltagspraxis: Frauen schätzen sich digital weniger kompetent als Männer ein, weil sie eventuell selbst schon Erfahrungen mit Grenzüberschreitungen im Netz gemacht haben und beziehen dies auf sich und ihre Kompetenzen, nicht aber auf die bereits existierende und dem Digitalen vorgängige soziale Ungleichheit, die von manchen (männlichen) Internetnutzern gegen sie ausgespielt wird.

Auf Instagram ist die Wahrscheinlichkeit höher, ein Opfer von sogenanntem „Body Shaming“, also abfälligen Kommentaren bezüglich der Körpererscheinung, zu werden, wenn man eine Frau ist, als wenn man dort visuell als Mann in Erscheinung tritt. Dies ist nicht ursächlich auf die technischen Voraussetzungen der Plattform zurückzuführen, sondern darauf, dass auch außerhalb von Instagram an Frauen besondere Maßstäbe bezüglich ihres Aussehens gelegt wurden und werden. Die soziale Praxis wird somit unter digitalen Bedingungen fortgeführt und verstärkt. Insofern ist es nicht verwunderlich, dass Frauen die Vorteile der Digitalisierung stärker in lebensweltlichen Nahbereichen wie Mobilität und Alltagsorganisation sehen, während Männer häufiger digitale Angebote für den Ausbau ihrer (Arbeits-) Netzwerke nutzen und das Internet positiv für ihre politische Agency einschätzen: Sie werden online seltener sanktioniert und wenn, dann können sie sich darauf verlassen, dass ihre Netzwerke tragfähig sind. Zudem weist dies implizit darauf hin, dass Frauen aufgrund von Care-Arbeit nach wie vor stärker in der privaten als in der politischen Sphäre aktiv sind und sich diese getrennten Sphären auch im digitalen Raum wirkmächtig entfalten und den Digital Gender Gap (noch) aufrechterhalten.

## Fazit und Handlungsempfehlungen

**DER D21-DIGITAL-INDEX ZEIGT: FRAUEN SIND Z. T. DEUTLICH AKTIVER IN DEN SOZIALEN MEDIEN UND KOMMUNIZIEREN DIGITAL AUCH STÄRKER, SEI ES BEI FACEBOOK, WHATSAPP ODER INSTAGRAM. UND DAS SOGAR ÜBER ALLE ANALYSIERTEN GRUPPEN HINWEG.**

Überraschend ist daher, dass Männer den durch Digitalisierung implizierten Veränderungen bei der privaten Kommunikation positiver gegenüberstehen.

Die Studie von Plan International<sup>15</sup> zeigt einen Zusammenhang zwischen der Nutzung von Social Media und dem Rollenverständnis des eigenen Geschlechts. Sie zeigt, dass es in den sozialen Medien immer noch an vielen Stellen stereotype Rollenbilder gibt, mit denen Mädchen und Jungen früh konfrontiert werden, wenn ihnen auch noch die Fähigkeit zur kritischen Reflektion fehlt. Dabei haben die sozialen Medien aufgrund ihrer hohen Nutzung das Potenzial, Veränderungen anzustoßen und die Ansichten zu Geschlechterrollen positiv zu beeinflussen.

Die bewusste Darstellung emanzipierter (weiblicher) Rollenbilder und die gleichzeitige Reduktion von Geschlechter-Klischees kann junge Männer und Frauen dazu ermutigen, traditionelle Rollenmuster zu hinterfragen und damit einen Beitrag hin zu einem gesellschaftlichen Wandel zu Gunsten der Gleichstellung leisten.

Social-Media-NutzerInnen tendieren stärker zur traditionellen Rollenverteilung von Mann und Frau als Nicht-Social-Media-NutzerInnen.<sup>15</sup> Das Rollenbild wird letztlich durch die geposteten Bilder abgebildet und dann auch entsprechend mit Likes belohnt und verstärkt.

Frauen bewegen sich in den sozialen Medien häufig vorsichtiger als Männer. Dies liegt nicht etwa an mangelnder Kompetenz, sondern vor allem auch daran, wie ihnen in den sozialen Medien begegnet wird. In geschlossenen Foren und Gruppen sind Frauen sogar häufig aktiver, im offenen Diskurs auf Twitter oder anderen Plattformen hingegen verhalten sie sich zurückhaltender.<sup>20</sup> Dies liegt vornehmlich daran, dass sie dort – gerade, wenn sie ihre Meinung sagen, sich politisch positionieren oder sonst auffallen – z. T. extremen Anfeindungen ausgesetzt sind. Diese sind häufig degradierend und greifen die Frauen in ihrer Person selbst an. Gewaltandrohungen und sexuelle Belästigung gehört für viele Frauen in den sozialen Netzwerken dazu, selbst wenn sie nicht durch Meinungen und Äußerungen sichtbar werden.

Während es im analogen Raum zumindest eine Reihe von Instrumenten gibt, sich gegen Übergriffe, Beleidigungen und Drohungen zu wehren, fehlen diese im digitalen Raum oder kommen sie sehr viel seltener zur Anwendung. Wenn Frauen und auch andere (vulnerable) Gruppen (z. B. Menschen mit körperlichen und/oder geistigen Einschränkungen, „People of color“) am gesellschaftlichen und politischen Diskurs teilhaben sollen, so muss der Raum, in dem sie dies tun wollen, sich auch sicher für sie anfühlen. Hier braucht es mehr **Schutzmaßnahmen und ein größeres gesellschaftliches Problembewusstsein**. Erfahrungen von degradierender Sprache, sexueller Belästigung und Gewaltandrohungen dürfen nicht normalisiert werden.

Auch wenn Frauen ihre digitalen Kompetenzen sehr häufig geringer einschätzen als Männer dies tun, zeigen sie doch hinsichtlich des Umgangs mit den sozialen Medien und der zwischenmenschlichen Kommunikation über digitale Kanäle z. T. sehr ausgeprägte Kompetenzen. Diese werden aber zum Beispiel in Selbsteinschätzungen wie der des D21-Digital-Index nicht abgefragt. Es ist deshalb wichtig, auch zu hinterfragen, wie und welche digitalen Kompetenzen es braucht und wie diese abgefragt oder gemessen werden können.

Die Corona-Pandemie hat vieles vom analogen in den digitalen Raum verschoben, darunter auch die private wie berufliche Kommunikation – es wurde sichtbar, wie viel zwischenmenschliche Kommunikation sich ins Digitale verlagern lässt. Die Gesellschaft wird auf Grundlage dieser Erfahrung während der Pandemie zukünftig kritisch prüfen und differenzieren, welche **Kommunikationsanlässe** auch in Zukunft **digital** stattfinden können (z. B. Routineterminale beim Arzt, geschäftliche Absprachen, Amtstermine, etc.) und welche auch weiterhin persönlich stattfinden sollten (Untersuchungen und Beratungen beim Arzt, Konfliktgespräche und generell Austausch, der vornehmlich auf der Beziehungsebene stattfindet). Daraus folgt aber auch: In Zukunft wird zunehmend gefragt sein, auch im digitalen Raum zu kommunizieren und entsprechende Anwendungen sicher zu nutzen. Entsprechende Kompetenzen gilt es zu vermitteln – lebensweltnah und einfach – unabhängig von der Geschlechtergruppe, der man angehört oder sich zugehörig fühlt.



# DANKSAGUNG

## **DANKSAGUNG AN DIE FÖRDERPARTNER DES D21-DIGITAL-INDEX 2019/2020**

An dieser Stelle wollen wir uns zuallererst herzlich bei unserem Förderpartner, dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, bedanken, ohne dessen Vertrauen und Unterstützung diese Studie nicht möglich gewesen wäre. Der D21-Digital-Index wird jährlich aus Bundesmitteln als auch Projektmitteln der Partnerorganisationen finanziert. In diesem Jahr ermöglichten Restgelder die Finanzierung der vorliegenden Sonderauswertung. Ebenso bedanken wir uns bei allen Partnerorganisationen, die den D21-Digital-Index 2019/2020 unterstützt haben. Ohne unser jährlich erscheinendes Lagebild der Digitalen Gesellschaft wären solche vertiefenden Untersuchungen nicht möglich.

### PREMIUMPARTNER

**Allianz Deutschland AG, BARMER,  
Facebook Germany GmbH, Fujitsu Technology  
Solutions GmbH, HUAWEI TECHNOLOGIES  
Deutschland GmbH**

### PARTNER

**Bertelsmann Stiftung, CHG-MERIDIAN AG,  
ING-DiBa AG, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft,  
Microsoft Deutschland GmbH**

### UNTERSTÜTZER

**ADLON Intelligent Solutions GmbH,  
Bundesministerium für Familie, Senioren,  
Frauen und Jugend, Kompetenzzentrum  
Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.,  
PwC Strategy& (Germany) GmbH,  
Ramboll Management Consulting GmbH,  
Ricoh Deutschland GmbH**

## **DANKSAGUNG AN DAS KOMPETENZZENTRUM FÜR TECHNIK-DIVERSITY-CHANCENGLEICHHEIT E. V.**

Weiterhin gilt unser besonderer Dank dem Kompetenzzentrum für Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. (kompetenz) für die fachliche Unterstützung bei der Erstellung dieser Studie. Das kompetenz fördert bundesweit die Chancengleichheit von Frauen und Männern.

Mit ihrer Arbeit setzen sie sich für die Anerkennung von Vielfalt als Erfolgsprinzip in Wirtschaft, Gesellschaft und technologischer Entwicklung ein. Das kompetenz ist damit Deutschlands wichtigster Zusammenschluss zur Förderung von Chancengleichheit und Vielfalt in Wirtschaft und Gesellschaft. Durch ihre umfassende Expertise zu Frauen im MINT-Bereich und Diversity Management sowie ihre langjährige Erfahrung als UnterstützerInnen unseres D21-Digital-Index hat das Kompetenzzentrum einen wichtigen Beitrag geleistet, vor allem die geschlechtertheoretischen Überlegungen dieser Studie zu prüfen und mit wichtigen Hinweisen und Fakten zu ergänzen.

## **DANKSAGUNG AN DIE EXPERTINNEN UND EXPERTEN**

Abschließend wollen wir uns auch noch einmal herzlichst bei unseren Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft für ihre Zeit und die wertvollen Gedanken bedanken, die sie mit uns geteilt haben. Ohne ihre Expertise und ihre vielfältigen Perspektiven würde dieser Studie ein essenzieller Teil fehlen – der multiperspektivische Blick aus der Praxis.

### WIR DANKEN:

**Christian Berg** (AllBright Stiftung)

**Prof. Dr. Thomas Gegenhuber**  
(Leuphana Universität Lüneburg)

**Dr. Anna Grebe** (Gemeinnützige Hertie-Stiftung)

**Prof. Dr. Stephan Höyng**  
(Katholische Hochschule für Sozialwesen Berlin)

**Dr. Sigrid Nikutta** (Deutsche Bahn)

**Tijen Onaran** (GDW Global Digital Women GmbH)

**Ann Cathrin Riedel**  
(LOAD e.V. – Verein für liberale Netzpolitik)

**Elke Schilling** (Silbernetz)

**Prof. Barbara Schwarze** (Kompetenzzentrum  
Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.)

**Prof. Dr. Wolfgang Schweiger**  
(Universität Hohenheim in Stuttgart)

# QUELLEN-/ LITERATURVERZEICHNIS

1. Initiative D21 e. V. (2020): D21-Digital-Index 2019/2020. Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft.  
Internet: [https://initiated21.de/app/uploads/2020/02/d21\\_index2019\\_2020.pdf](https://initiated21.de/app/uploads/2020/02/d21_index2019_2020.pdf)
2. Initiative D21 e. V., Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. (2020):  
Digital Gender Gap. Lagebild zu Gender(un)gleichheiten in der digitalisierten Welt:  
Internet: [https://initiated21.de/app/uploads/2020/01/d21\\_digitalgendergap.pdf](https://initiated21.de/app/uploads/2020/01/d21_digitalgendergap.pdf)
3. Wippermann, Carsten (2014): Jungen und Männer im Spagat. Zwischen Rollenbildern und Alltagspraxis.  
Eine sozialwissenschaftliche Untersuchung zu Einstellungen und Verhalten. BMFSFJ Berlin.  
Internet: <https://www.bmfsfj.de/blob/94088/100b89250f16a96e2100074fc7455e7c/jungen-und-maenner-im-spagat-zwischen-rollenbildern-und-alltagspraxis-data.pdf>
4. Hobler Dietmar; Lott, Yvonne; Pfahl, Svenja; Schulze Buschoff Karin (2020): Stand der Gleichstellung von Frauen und Männern in Deutschland. Wirtschafts- und sozialwissenschaftliches Institut der Hans-Böckler-Stiftung (WSI Report 56).  
Düsseldorf. Internet: [https://www.boeckler.de/pdf/p\\_wsi\\_report\\_56\\_2020.pdf](https://www.boeckler.de/pdf/p_wsi_report_56_2020.pdf)
5. Whitaker, Jed (2015): Survey: More women own a video game console in the US than men. Aufgerufen am 29.06.2020  
Internet: <https://www.destructoid.com/stories/survey-more-women-own-a-video-game-console-in-the-us-than-men-319070.phtml>
6. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK) (2019),  
JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien. Stuttgart.  
Internet: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM\\_2019.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf)
7. Ehlers, Anja; Bauknecht, Jürgen; Naegele, Gerhard (2016): Abschlussbericht zur Vorstudie „Weiterbildung zur Stärkung digitaler Kompetenz älterer Menschen“. Forschungsgesellschaft für Gerontologie e.V./Institut für Gerontologie an der TU Dortmund, Dortmund.
8. Criado-Perez, Caroline (2019): Unsichtbare Frauen - Wie eine von Daten beherrschte Welt die Hälfte der Bevölkerung ignoriert. btb Verlag, München.
9. Statistisches Bundesamt (2020): Bildung, Forschung, Kultur. Bildungsstand. Aufgerufen am 30.04.2020  
Internet: [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/\\_inhalt](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/_inhalt)
10. Initiative Klischeefrei: Faktenblätter. Aufgerufen am 29.06.2020  
Internet: [https://www.klischee-frei.de/de/klischeefrei\\_53025.php](https://www.klischee-frei.de/de/klischeefrei_53025.php)
11. Frauen in Führungspositionen (2020). KfW Research. Frankfurt. Aufgerufen am 30.04.2020.  
Internet: <https://www.kfw.de/KfW-Konzern/KfW-Research/Frauen.html>
12. Müller, Lena-Sophie; Jahn, Sandy (2020): Wirtschaftliche Gleichstellung von Mann und Frau – Realität erst in 257 Jahren?  
Erschienen in HR Consulting Review: Sonderband Zukunft der Arbeit, Band 12 (2020), OnlineFirst
13. Eickelmann, Birgit; Bos, Wilfried; Gerick, Julia; Goldhammer, Frank; Schaumburg, Heike; Schwippert, Knut; Senkbeil, Martin; Vahrenhold, Jan (Hrsg.) (2018): ICILS 2018 #Deutschland – Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking  
Internet: [https://kw.uni-paderborn.de/fileadmin/fakultaet/Institute/erziehungswissenschaft/Schulpaedagogik/ICILS\\_2018\\_\\_Deutschland\\_Berichtsband.pdf](https://kw.uni-paderborn.de/fileadmin/fakultaet/Institute/erziehungswissenschaft/Schulpaedagogik/ICILS_2018__Deutschland_Berichtsband.pdf)
14. Götz, Maya (2019): „Man braucht ein perfektes Bild“. Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram.  
Television Digital 2019/01. Internet: [https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/Digital/Goetz-Perfektes\\_Bild.pdf](https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/Digital/Goetz-Perfektes_Bild.pdf)
15. Brandao, Anabela; Marxen, Sabine; Rütten, Anne (2019): Rollenbilder in den Sozialen Medien und ihre Auswirkungen auf die Gleichberechtigung. Plan International Deutschland e.V. Hamburg.  
Internet: <https://www.plan.de/presse/rollenbilder-in-den-sozialen-medien.html>

16. Goldner, Lisa (2020): Diesen deutschen Influencer folgen Millionen auf Instagram und YouTube. Gründer.de. GmbH. Köln. Aufgerufen am 04.05.2020. Internet: <https://www.gruender.de/erfolgreichste-influencer/>
17. LinkedIn Top Voices (2019): Diese Menschen prägen die Debatten. München. Aufgerufen am 04.05.2020. Internet: <https://www.presseportal.de/pm/64022/4458083>
18. Bayerisches Staatsministerium für Digitales (2020): BayFid: Bayerns Frauen in Digitalberufen. München. Aufgerufen am 04.05.2020; Internet: <https://www.bayfid.org>
19. Joko & Klaas gegen Pro Sieben (2020): Männerwelten. Aufgerufen am 29.06.2020. Internet: <https://www.prosieben.de/tv/joko-klaas-gegen-prosieben/video/32-maennerwelten-joko-klaas-15-minuten-clip>
20. Windt, Karin (2013): Social Media aus Genderperspektive–Frauen und soziale Netzwerke. In: Die Frauen und das Netz (pp. 121-134). Gabler Verlag, Wiesbaden

## Weiterführende Literatur

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Referat Öffentlichkeitsarbeit (2017): Zweiter Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Berlin. Internet: <https://www.bmfsfj.de/blob/117916/7a2f8ecf6cbe805cc80edf7c4309b2bc/zweiter-gleichstellungsbericht-data.pdf>
- Deutscher Gewerkschaftsbund Bundesvorstand (2020): Was verdient die Frau? DGB Projekt. Faktenblatt Partnerschaftlichkeit. Berlin. Internet: <https://www.was-verdient-die-frau.de/sia>
- Enders, Judith Christine; Groschke Amanda (2019): Bits & Bäume: Geschlechterverhältnisse im Digitalen. Gastbeitrag auf Netpolitik.org. Aufgerufen am 04.05.2020; Internet: <https://netzpolitik.org/2019/bits-baeume-geschlechterverhaeltnisse-im-digitalen/>
- Bultemeier, Anja; Marrs, Kira (Hrsg.) (2016): Frauen in der digitalen Arbeitswelt von morgen. München
- Oliveira, Deborah (2017): Gender und Digitalisierung – Wie Technik allein die Geschlechterfrage nicht lösen wird. Working Paper Forschungsförderung. Hans-Böckler-Stiftung. Internet: [https://www.researchgate.net/profile/Deborah\\_Oliveira5/publication/326319529\\_Gender\\_und\\_Digitalisierung\\_Wie\\_Technik\\_allein\\_die\\_Geschlechterfrage\\_nicht\\_loesen\\_wird/links/5b45d841a6fdcc661917598e/Gender-und-Digitalisierung-Wie-Technik-allein-die-Geschlechterfrage-nicht-loesen-wird.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Deborah_Oliveira5/publication/326319529_Gender_und_Digitalisierung_Wie_Technik_allein_die_Geschlechterfrage_nicht_loesen_wird/links/5b45d841a6fdcc661917598e/Gender-und-Digitalisierung-Wie-Technik-allein-die-Geschlechterfrage-nicht-loesen-wird.pdf)
- World Economic Forum (2020): Global Gender Gap Report 2020. Internet: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf)

# IMPRESSUM

## HERAUSGABE

Initiative D21 e. V.

## ANSPRECHPARTNER PRESSE

**Initiative D21 e. V.**

Roland Dathe

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 030 / 526 87 22 58

roland.dathe@initiated21.de

**ITM Beratungsgesellschaft mbH | München**

Michael Boberach

Telefon 0176 / 1052 7313

michael.boberach@itm-consulting.de

## PROJEKTLÉITUNG UND REDAKTION

**Sandy Jahn,**

Initiative D21 e. V.

**Michael Boberach,**

ITM Beratungsgesellschaft mbH

**Verena Till,**

ITM Beratungsgesellschaft mbH

## GRAFIK UND DESIGN

Silke Wohner, Stefanie Brendle i. A.

Werkstatt für visuelle Kommunikation



**Digitales Leben,**

eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von der ITM Beratungsgesellschaft mbH, ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Juni 2020

