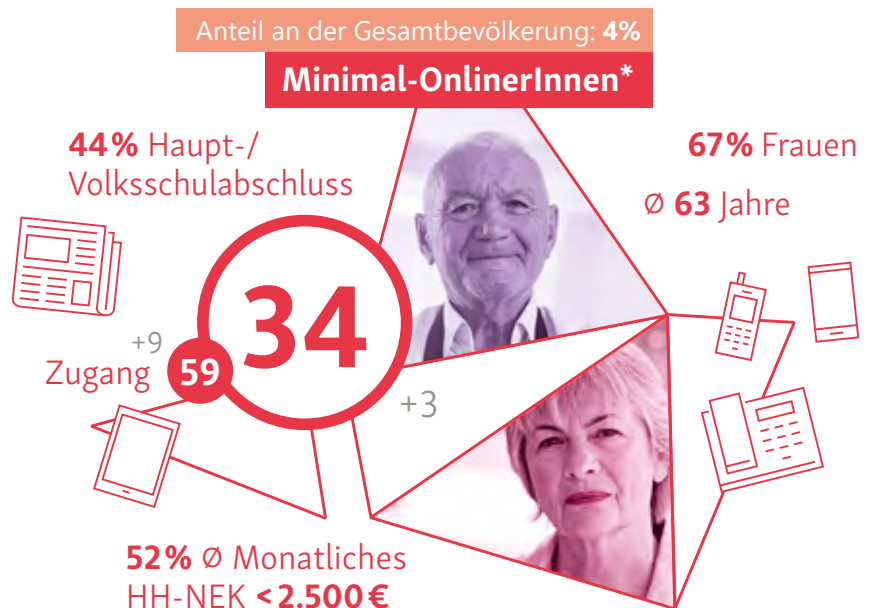


„Die digitale Welt betrifft mich nicht.“

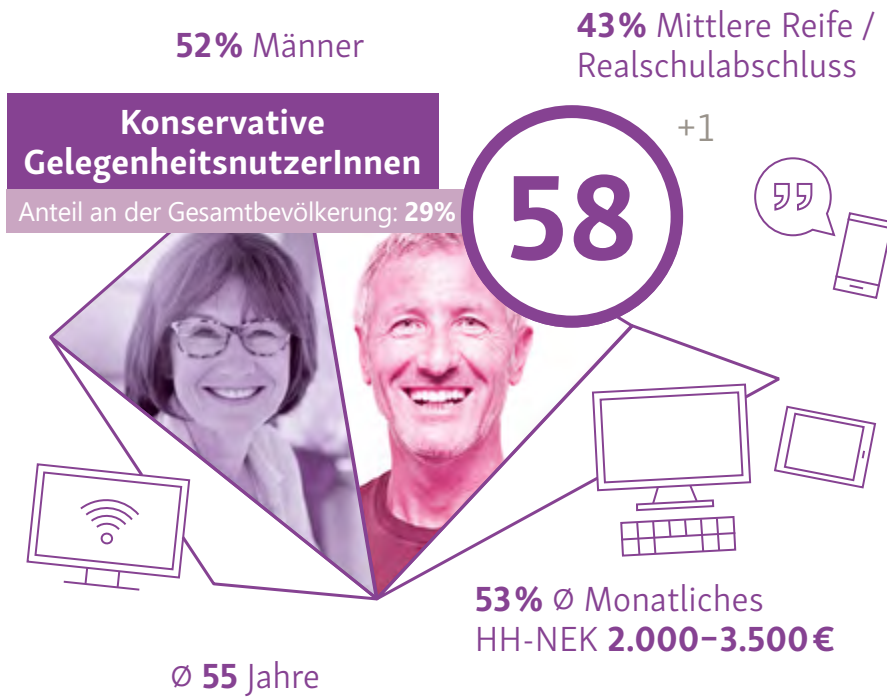
OfflinerInnen befinden sich mehrheitlich im Rentenalter und besitzen eine niedrige formale Bildung. Knapp zwei Drittel von ihnen sind Frauen, entweder alleinstehend oder aus Zwei-Personen-Haushalten. Digitale Geräte verwenden sie kaum, am häufigsten verbreitet ist das einfache Handy. Die Mehrheit der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

„Online sein heißt für mich googeln.“

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



* Achtung: geringe Fallzahl

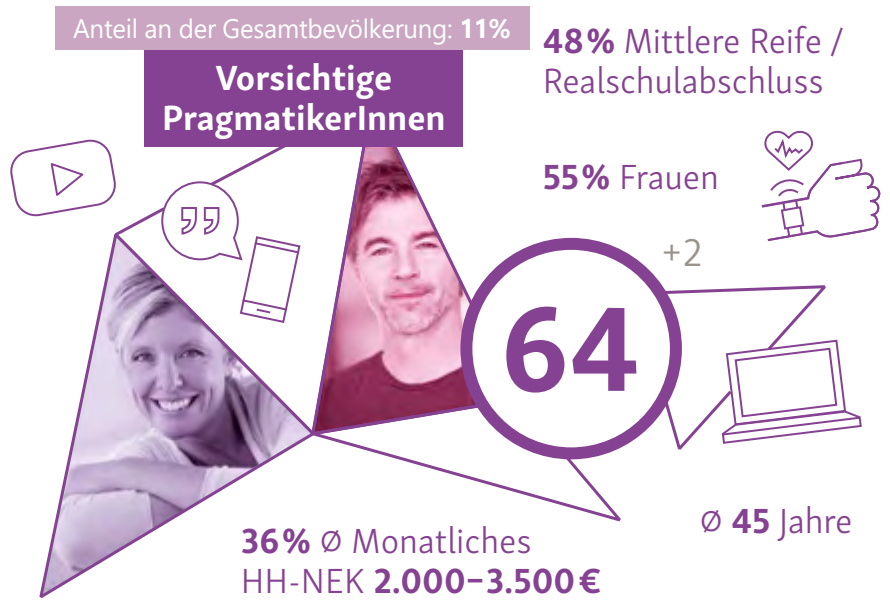


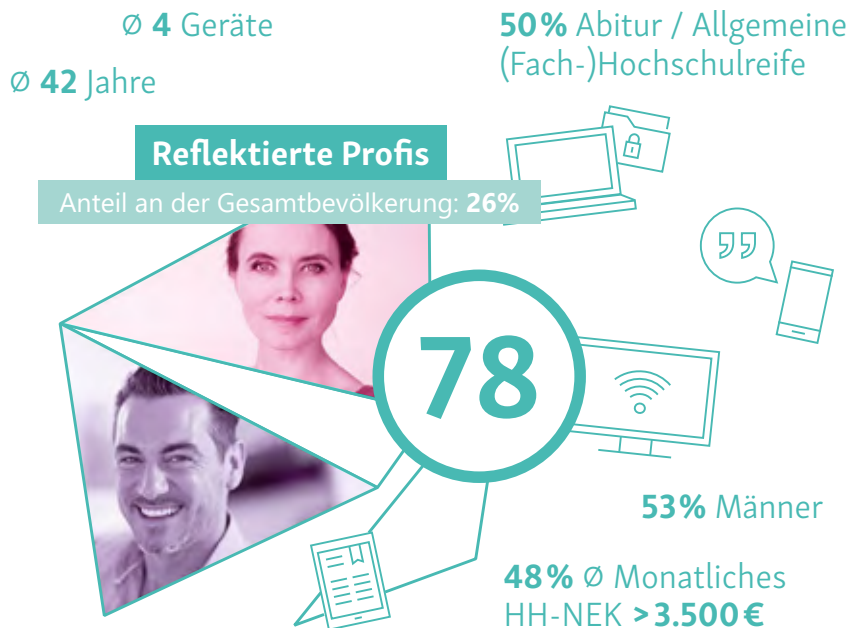
„Ich nutze das Internet gezielt für private Zwecke.“

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

„Digitalisierung ist nützlich, aber bringt auch Gefahren.“

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



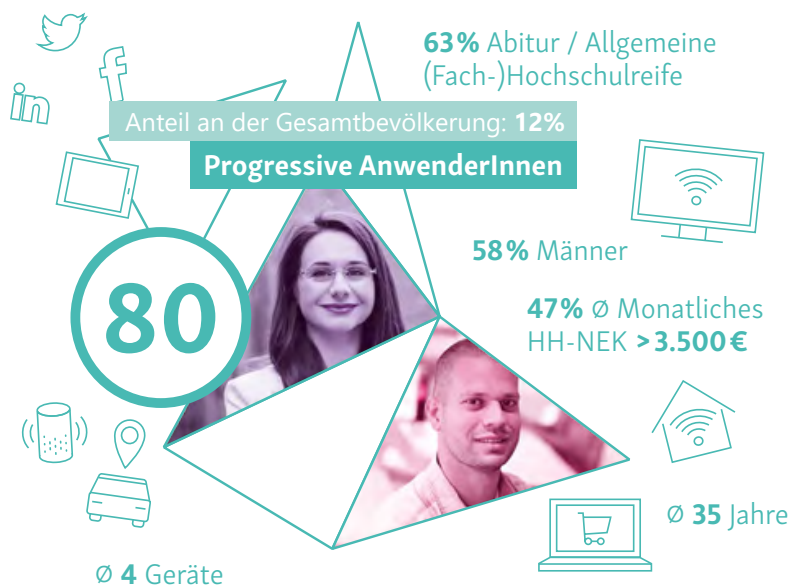


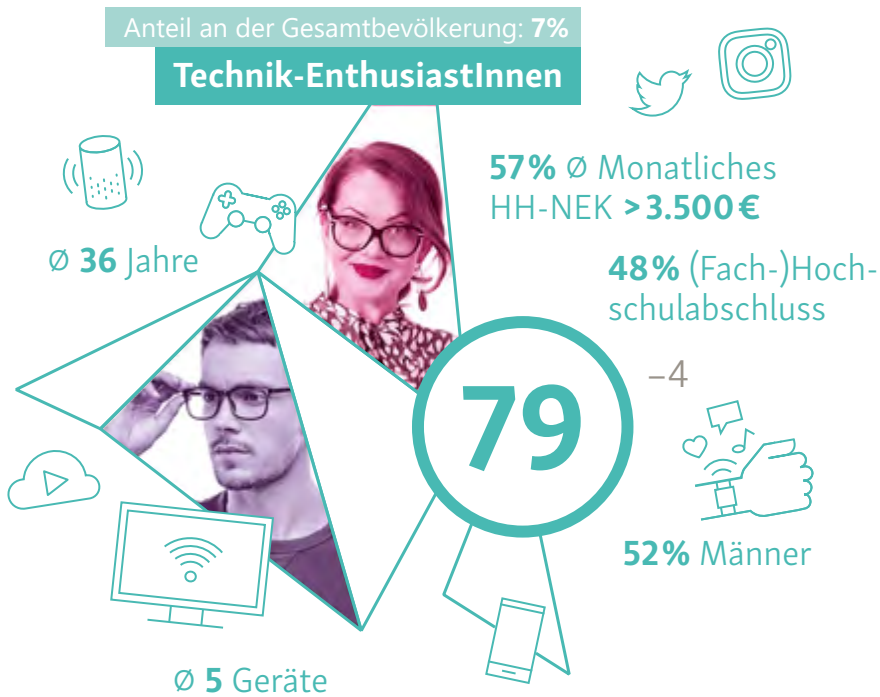
„Ich nutze das Internet gezielt für private Zwecke.“

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

„Ich bin digital vernetzt.“

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





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

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

HH-NEK = Haushalts-Nettoeinkommen

Basis: Nutzertyp

„OfflinerInnen“ (n = 263);

„Minimal-OnlinerInnen“ (n = 81);

„Konservative GelegenheitsnutzerInnen“ (n = 607);

„Vorsichtige PragmatikerInnen“ (n = 243);

„Reflektierte Profis“ (n = 516);

„Progressive AnwenderInnen“ (n = 208);

„Technik-EnthusiastInnen“ (n = 120);

Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100.

Digitale Nutzertypen

Hintergrund

Die Initiative D21 ermittelt jährlich den Digitalisierungsgrad in Deutschland. Für diesen D21-Digital-Index werden knapp 20.500 Bundesbürger*innen ab 14 Jahren inklusive der Offliner befragt. Die hier verwendeten Daten beziehen sich auf den Befragungszeitraum 08/2018 -07/2020. Ausführliche Ergebnisse hier zum Nachlesen: https://initiated21.de/app/uploads/2020/02/d21_index2019_2020.pdf

Im Rahmen dieser Studie beschreibt die Initiative D21 verschiedene *Nutzertypen* der digitalen Gesellschaft, die sich von Offliner*innen bis Technik-Enthusiast*innen strecken. Der ausgewiesene Digital-Index beschreibt den *Digitalisierungsgrad* der jeweiligen Nutzer*innengruppe, der sich aus den Kriterien: Zugang zur Digitalisierung (z. B. Internetnutzung, Geräteausstattung), Nutzungsverhalten (z. B. Nutzungsdauer Internet, Nutzungshäufigkeit digitaler Anwendungen), Digitale Kompetenz (digitale Kompetenz bei digitalen Anwendungen) sowie Offenheit gegenüber Digitalisierung (z. B. Einstellungen zu digitalen Geräten) zusammensetzt. Der Digitalisierungsgrad für die Gesamtbevölkerung beträgt 60.

<https://initiated21.de/nutzertypen-der-digitalen-gesellschaft/>

Wie kann ich diese Arbeitshilfe nutzen?

Die digitalen Nutzertypen können Ihnen helfen, vor allem digitale Lernangebote passend für Ihre Zielgruppe vorzubereiten. Lesen Sie sich die Beschreibungen der verschiedenen Typen durch und überlegen Sie, welche Typen am häufigsten in Ihren Lernangeboten vertreten sind. Dann sollten überlegen, wie Sie es schaffen, diesen Nutzertypen den Einstieg in den digitalen Raum zu erleichtern und welche Unterstützung Ihre Zielgruppe beim digitalen Lernen benötigt.

Reflexionsfragen

- Welche Unterstützung braucht Ihre Zielgruppe, um in den digitalen Raum zu kommen?
- Welche digitalen Räume und Tools nutzt Ihre Zielgruppe eventuell schon? Was kann daraus für Ihren Lernraum übertragen werden? Können Sie bekannte Tools nutzen?
- Wie können Sie Ihre Zielgruppe für das digitale Lernen motivieren?
- Welche Endgeräte nutzt Ihre Zielgruppe? Vielleicht hat Ihre Zielgruppe eher ein Smartphone als einen Laptop. Wie können Sie das Smartphone in das Lernen einbeziehen? Wie können Sie Ihre Lernangebote für die mobile Nutzung optimieren?

Die digitalen Nutzertypen können auch als Grundlage für die Arbeit mit Personas zur Zielgruppenanalyse genutzt werden.