



Von wegen digitale Gesellschaft...

Die Initiative D21 veröffentlichte Anfang Dezember 2010 die zweite Ausgabe der Studie ›Die digitale Gesellschaft – sechs Nutzertypen im Vergleich‹ und aktualisierte damit den Statusbericht der deutschen Gesellschaft auf dem Weg in die digitale Welt. Die Entwicklung sei zwar erfreulich, aber dennoch entwicklungsfähig, heißt es in der Studie.

Erst 37% der deutschen Bevölkerung sind in der digitalen Welt angekommen, 63% sind nur wenig souverän im Umgang mit der digitalen Technik und Medien. Dies ist die Aussage der Initiative-D21-Studie, für die TNS Infratest zum zweiten Mal 1.001 telefonische Interviews durchgeführt hat. Der sinkende Anteil ›digitaler Außenseiter‹ von 35% auf 28% sei erfreulich, heißt es in der Studie, doch der Blick auf das Kompetenz- und Nutzungsprofil dieser Gruppe zeige, dass sie den Anschluss an die digitale Welt immer weiter verliere. Wie der digitale Graben verläuft, lässt sich anhand der Entwicklung der Nutzergruppen ablesen.

DIGITALE AUSSENSEITER sind mit den Gelegenheitsnutzern die größte und mit einem Durchschnittsalter von 64,9 Jahren die älteste Gruppe. Auch wenn der Anteil im Vergleich zum Vorjahr (35%) auf 28% sank, haben sie ein noch geringeres Potenzial und eingeschränktere Nutzungsmuster als 2009. Auch Kompetenzen und Wissensstand sind gering. So können nur 12% einen Brief am PC schreiben und nur wenige können sich etwas unter Begriffen wie e-Mail oder Homepage vorstellen.

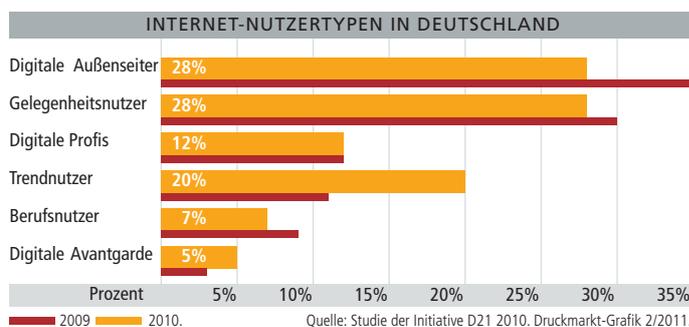
GELEGENHEITSNUTZER (28%, im Vorjahr 30%) verfügen über einen Computer und einen Drucker im eigenen Haushalt, haben Basiswissen bei Internetrecherche und Textverarbeitung, nutzen die digitalen Möglichkeiten jedoch nur spärlich.

BERUFSNUTZER (7%, im Vorjahr 9%) haben eine digitale Infrastruktur am Arbeitsplatz und übertreffen die Kompetenzen vorheriger Gruppen. Etwa 80% verbringen beruflich bedingt zwei oder mehr Stunden am Computer. Die Nutzungsvielfalt beschränkt sich dabei hauptsächlich auf Anwendungen wie e-Mail, Textverarbeitung und Internetrecherche.

DIE INITIATIVE D21

D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft und umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.

➤ www.initiatived21.de



TRENDNUTZER (20%) haben mit 9% das größte Wachstum aller Gruppen im Vergleich zum Vorjahr (11%). Sie sind privat mit digitaler Technik ausgestattet und verfügen über einen Internetzugang. Zudem ist mit 57% der Trend zur mobilen Internetnutzung bei dieser Gruppe stark ausgeprägt. Mit wenigen Ausnahmen verfügen Trendnutzer über umfassende Kompetenzen über die digitale Welt. Insgesamt gehen die Trendnutzer spielerisch und ohne große Ängste an digitale Themen heran.

DIGITALE PROFIS verfügen sowohl zu Hause als auch im Büro über eine hervorragende digitale Infrastruktur. Darüber hinaus haben sie umfangreiche Kompetenzen und professionelle Fähigkeiten. Über beinahe alle Fachbegriffe verfügen sie über eine sehr klare Vorstellung. Entsprechend werden sie gerne um Rat in Sachen

digitaler Technik gebeten. Die Zeit vor dem Computer verbringen sie eher rational als mit Unterhaltung.

DIGITALE AVANTGARDE bezeichnen einen kleinen, aber wachsenden Teil der Bevölkerung (5% statt 3% im Jahr 2009). Sie verfügt über die beste digitale Infrastruktur aller Gruppen. Auffallend hoch ist zudem die mobile und geschäftliche Internetnutzung. Ihre Kompetenz in der digitalen Technik haben sie sich durch die beinahe zehn Stunden, die sie im Durchschnitt täglich vor dem Computer verbringen, angeeignet.

Die Studie steht zum kostenfreien Herunterladen zur Verfügung:

- www.digitale-gesellschaft.info
- www.tns-infratest.com/presse





Verantwortung für kommende Generationen.

Als Innovationstreiber im Druck hatte KBA schon immer viel für nachwachsende Generationen übrig. Lag den Firmengründern vor 200 Jahren die Verbreitung des gedruckten Wortes an breite Bevölkerungskreise am Herzen, beschäftigt uns heute der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen für unsere Kinder und Enkelkinder. Drucken ohne Alkohol oder ohne Wasser und mit deutlich weniger Energie sind einige von vielen KBA-Beiträgen zum Klimaschutz. Wir kennen unsere Verantwortung für unseren Planeten und handeln danach.

Koenig & Bauer Aktiengesellschaft (KBA)
Würzburg, Tel. 0931 909-0, kba-wuerzburg@kba.com, www.kba.com
Radebeul bei Dresden, Tel. 0351 833-0, kba-radebeul@kba.com, www.kba.com