

Einordnung im Ranking

Deutschland belegt in diesem Jahr Platz 10 beim Digital Society Index von Dentsu Aegis Network in Kooperation mit Oxford Economics. Unter den Top 5 des Index platzieren sich an erster Stelle Singapur, gefolgt von den USA und dem drittplatzierten China. Dänemark und Großbritannien erreichen die Plätze 4 und 5.





Besonders positiv hervorzuheben ist im Vergleich der Indikatoren der 4. Platz von Deutschland für Dynamik. Die Leistungswerte der Indikatoren für Integration (15. Platz) und Vertrauen (18. Platz) sind hingegen eher noch durchschnittlich.

Eine große Wahrnehmungslücke: Deutschland liegt beim Indikator für Wirtschaft auf dem 4. Platz, bei der tatsächlichen Wahrnehmung und im eigenen Markt landet Deutschland allerdings nur auf Platz 22.

Clustering nach digitalen Bedürfnissen

Die Clustering nach digitalen Bedürfnissen in Deutschland zeigt ein Ungleichgewicht zu den globalen Ergebnissen.

Deutschland schneidet bei den psychologischen Bedürfnissen besser ab als der globale Durchschnitt. Die digitalen Basisbedürfnisse, selbstverwirklichende und gesellschaftliche Bedürfnisse werden in Deutschland allerdings unterdurchschnittlich im weltweiten Vergleich gestillt.

	Basis Bedürfnisse	Psychologische Bedürfnisse	Selbstverwirklichende Bedürfnisse	Gesellschaftliche Bedürfnisse
Deutschland	 44%	 42%	 38%	 34%
Globaler Durchschnitt	49%	38%	45%	49%

Je höher die prozentuale Angabe ist, desto höher ist das Bedürfnis gestillt

Kernergebnisse des Digital Society Index

Konsumentenverhalten

In Deutschland und auch in anderen entwickelten Volkswirtschaften, steigt die Nutzung von digitalen Gütern und Dienstleistungen nicht so schnell wie in weniger entwickelten Märkten.

- 10% in Deutschland – weltweit 28% – würden wahrscheinlich im Vergleich zum Vorjahr eine App für eine ärztliche Untersuchung oder Beratung nutzen, anstelle eines persönlichen Arztbesuches
- 43% in Deutschland – weltweit 60% – würden wahrscheinlich im Vergleich zum Vorjahr, anstelle von linearem TV, einen Online-Videostreaming Service nutzen
- 38% in Deutschland – weltweit 69% – würden wahrscheinlich im Vergleich zum Vorjahr eine Online-Banking App nutzen, um ihre Finanzen zu verwalten

In Deutschland würden einige Konsumenten das eigene digitale Nutzungsverhalten ändern

- 10% in Deutschland – weltweit 14% – haben angegeben einen Social Media Account deaktiviert zu haben
- 36% in Deutschland – weltweit 44% – haben angegeben etwas unternommen zu haben, weniger Daten online zu teilen

Jobs

In Deutschland herrscht wenig Optimismus, dass Technologie neue Arbeitsplätze in der Zukunft schaffen wird.

- Lediglich 18% in Deutschland – weltweit 36% – stimmen zu, dass ihnen die technologische Entwicklung neue Karrierechancen innerhalb der nächsten 5 bis 10 Jahre bieten wird

Von allen befragten Märkten glaubt Deutschland am wenigsten daran, dass die digitalen Technologien neue Arbeitsplätze schaffen werden.

Gesellschaft

In Deutschland herrscht verhaltender Optimismus, dass Technologie die Gesellschaft verbessern wird.

- 33% in Deutschland – weltweit 45% – sind optimistisch, dass die digitale Technologie Lösungen für die globalen Herausforderungen beisteuern kann
- 52% in Deutschland – weltweit 66% – glauben, dass die digitale Technologie die Gesellschaft in 5 bis 10 Jahren positiv beeinflusst

Skepsis in Deutschland gegenüber gegenwärtigen technologischen Entwicklungen

- In den untersuchten 24 Märkten erreicht Deutschland mit 62% den höchsten prozentualen Meinungsanteil, dass Social Media einen negativen Einfluss auf den politischen Diskurs ausübt. In der weltweiten Betrachtung liegt dieser Meinungsanteil bei 41%

In Deutschland gibt es die stärkste Zustimmung, dass Social Media negative Auswirkungen auf den nationalen politischen Diskurs hat.

Wohlbefinden

- 23% in Deutschland – weltweit ein Drittel – stimmen zu, dass sich die persönliche Nutzung und Anwendung von Technologie negativ auf die eigene Gesundheit oder das Wohlbefinden auswirkt

Kompetenzen/ Training

In Deutschland empfindet man nicht, dass die eigenen digitalen Fähigkeiten genutzt oder gestärkt werden.

- 29% in Deutschland – weltweit 43% – stimmen zu, dass ihnen ihre Grundausbildung die richtigen notwendigen technischen Fähigkeiten und Kenntnisse für die Arbeitswelt vermittelt hat. 2018 stimmten 25% im deutschen Markt dieser Aussage zu
- 35% in Deutschland – weltweit 41% – stimmen zu, dass ihr Arbeitgeber es ihnen ermöglicht die eigenen digitalen Fähigkeiten in Breite und Tiefe einzusetzen. 2018 stimmten 29% im deutschen Markt dieser Aussage zu
- Seit der ersten Studie in 2018 hat sich der prozentuale Anteil zur Aussage, die notwendige Grundausbildung und technischen Fähigkeiten für die Arbeit zu haben, erhöht. Ebenfalls hat sich auch die Wahrnehmung verbessert, dass Arbeitgeber Möglichkeiten schaffen, um digitale Fähigkeiten zu nutzen
- 49% in Deutschland – weltweit 33% – können sich nicht an ihre letzte Digitalschulung erinnern (oder hatten keine Digitalschulung)

In Deutschland können sich 49% nicht daran erinnern an einer Digitalschulung teilgenommen zu haben.

Vertrauen

In Deutschland ist das Misstrauen verbreitet, dass Organisationen intransparent mit personenbezogenen Daten umgehen

- 40% in Deutschland – weltweit 47% – haben das Vertrauen, dass ihre Regierung notwendige Maßnahmen trifft, um personenbezogene Daten im eigenen Land zu schützen
- 39% in Deutschland – weltweit 48% – haben das Vertrauen, dass Unternehmen notwendige Maßnahmen treffen, um personenbezogene Daten im eigenen Land zu schützen

Kontakt