



D21-Digital-Index 2016: Unternehmen müssen zur Digitalisierung der Deutschen beitragen

CHG-MERIDIAN unterstützt D21-Studie erstmals als Partner

- Digitale Kompetenz der Deutschen steigt - aber zu langsam
- Drei von vier Deutschen bringen sich den Umgang mit Smartphone und Co. am liebsten selbst in der Freizeit bei
- Unternehmen in der Pflicht: Steuerfreie Incentiveprogramme ermöglichen Mitarbeitern den Zugang auch für die private Nutzung

Weingarten, 17. November 2016 ? Die digitale Kompetenz deutscher Arbeitnehmer steigt zu langsam. Ein Grund dafür: ungleicher Zugang zu den aktuellen technischen Endgeräten. Die Bereitschaft zur Beschäftigung damit auch im privaten Bereich ist aber vorhanden. Das zeigen die jetzt veröffentlichten Ergebnisse des D21-Digital-Index 2016. Insbesondere die Arbeitgeber sind deshalb gefordert, Verbreitung und Nutzung moderner Informationstechnologie unter ihren Mitarbeitern und deren Familien aktiv zu fördern - und so Kompetenzen aufzubauen, die für neue, oft datenbasierte Geschäftsmodelle dringend benötigt werden. Beides brauchen die Unternehmen aber dringend.

"Es ist entscheidend, dass Arbeitnehmer in Zukunft flächendeckend und über alle Berufsgruppen hinweg Zugang zu aktueller Technologie bekommen. Das war die Ausgangsidee des Mitarbeiter-PC-Programms MPP. Und das ist seit Jahren die Motivation von D21, dieses Programm zu unterstützen. Die neue Studie zeigt: Heute ist es wichtiger denn je", kommentiert Frank Kottmann, Mitglied des Vorstands, CHG-MERIDIAN AG. Das Unternehmen ist offizieller Partner des D21-Digital-Index 2016 und Mitglied der Initiative D21. Die bundespolitisch unterstützte Initiative D21 misst im Index seit 2013, wie "digital" die Deutschen sind - und wo es noch Lücken gibt.

Die wesentlichen Ergebnisse in Kürze:

Arbeitnehmer sind die "digitaleren Deutschen" - aber nicht alle

- Berufstätige sind besser über Begriffe informiert, die Digitalthemen betreffen. Beispiele: App (Differenz: 32 Prozent), Cookies (Differenz: 27 Prozent) und Cloud (Differenz: 23 Prozent).
- 91 Prozent der Berufstätigen nutzen das Internet, aber nur 65 Prozent der Bürger, die keinen Beruf ausüben.
- Nur 70 Prozent der Berufstätigen nutzt privat oder beruflich das mobile Internet.
- 78 Prozent der Deutschen eignen sich Digitalkompetenz selbst durch Ausprobieren an.
- 84 Prozent der Befragten glauben, dass beruflicher Erfolg lebenslanges Lernen voraussetzt
- Gerade einmal 38 Prozent der Arbeitnehmer erhalten Digital-Qualifizierungen durch den Arbeitgeber.

Männer liegen bei der Digitalisierung vorne - weil Frauen noch immer beruflich benachteiligt werden

- Fast drei Viertel der Frauen (73 Prozent) und mehr als zwei Drittel der Männer (68 Prozent) nehmen das Angebot in Anspruch, beruflich zur Verfügung gestellte Geräte auch privat zu nutzen
- Frauen haben einen Digital-Indexwert von 46, Männer haben einen Digital-Indexwert von 56.
- In der Arbeit haben Männer weitaus häufiger Zugang zu digitalen Endgeräten und Programmen als Frauen: 41 Prozent der befragten weiblichen Umfrageteilnehmer mit Schreibtisch-/Bürojob gab an, dass sie keine der aufgeführten Tools zur Verfügung gestellt bekommt, von den männlichen Studienteilnehmern waren es nur 22 Prozent.

Mehr Einkommen, mehr Digitalisierung

- Je höher das Haushaltsnettoeinkommen ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass Arbeitnehmer systematische Schulungen und Weiterbildungsangebote nutzen. Generell ist es so, dass nur ein Prozent der Höherverdienenden sich gar nicht qualifiziert.
- Bis 1.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen nutzen 59 Prozent, bis 2.000 Euro 67 Prozent, bis 3.000 Euro 86 Prozent und jenseits von 3.000 Euro 94 Prozent Internet.
- Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto mehr werden Digital-Commerce-Angebote genutzt. So kaufen 69 Prozent der Befragten, die in einem Haushalt mit mindestens 3.000 Euro Nettoeinkommen leben, regelmäßig in Web-Shops ein.

Die Offliner: es gibt sie noch!

- Offline sind ... 31 Prozent der 60-69-jährigen und 21 Prozent der Gesamtbevölkerung
- Ohne Smartphone sind ... 34 Prozent der Gesamtbevölkerung unterwegs
- 26 Prozent geben an, dass der Wegfall des Internets sehr negative Auswirkungen auf ihr tägliches Leben hätte.
- Immer weniger Menschen (Offliner) beziehen sich darauf, dass die Internetnutzung ... zu kompliziert (-8 %), zu unsicher (-7%) oder zu teuer (-10%) wäre.

Weitere Informationen und Grafiken finden Sie unter: <http://www.chg-meridian.com>

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

CHG-MERIDIAN

Herr Matthias Steybe
Franz-Beer-Straße 111
88250 Weingarten

chg-meridian.com
matthias.steybe@chg-meridian.de

CHG-MERIDIAN zählt zu den weltweit führenden hersteller- und bankenunabhängigen Anbietern von Technologie-Management in den Bereichen IT, Industrie und Healthcare. Mit rund 850 Mitarbeitern bietet CHG-MERIDIAN eine ganzheitliche Betreuung der Technologie-Infrastruktur seiner Kunden - vom Consulting über Financial- und Operational-Services bis zu den Remarketing-Services für die genutzten Geräte in zwei eigenen Technologie- und Servicezentren in Deutschland und Norwegen. CHG-MERIDIAN bietet effizientes Technologie-Management für Großunternehmen, den Mittelstand und öffentliche Auftraggeber und betreut weltweit über 11.000 Kunden mit Technologie-Investitionen von mehr als 4,4 Milliarden Euro. Mit mehr als 10.000 Nutzern sorgt das online-basierte Technologie- und Service-Management-System TESMA® für maximale Transparenz im Technologie-Controlling. Das Unternehmen verfügt über eine weltweite Präsenz in 23 Ländern an 36 Standorten; der Hauptsitz ist in Weingarten, Süddeutschland.

Anlage: Bild

Vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellte Systeme/Geräte/Medien nach Geschlecht

	Männer	Frauen
Arbeitsplatzstuhl, gemeinsames Arbeiten in Diskussionsform	45	56
Technische Ausstattung	41	51
Fernzugang (VPN) für Smartwatch, Homeoffice	39	52
oder mobile Arbeit	32	24
Smartphone	39	49
Video-Konferenzsystem	27	36
Unterstützung persönlicher Entgelte wie Smartphonetaxi	22	27
oder die Firmenwagensteuer (BfW)	16	7
Tablet/PC	31	41
mobile Arbeit	31	41
Wohn-Office	8	9

Quelle: Sonderfrage im Arbeitnehmer-Anfrage-IT-ABC, Stand: 01.10.2020, n = 1.000, n = 1.000, n = 1.000, n = 1.000

Digital Commerce nach Haushaltsverdiennebene (Regelmäßige Nutzung)

	unter 1.000€	1.000€ - unter 2.000€	2.000€ - unter 3.000€	über 3.000€
Direkte Buchung	85	85	85	85
z.B. Einkäufen von Waren	81	81	81	81
z.B. Dienstleistungen	43	43	43	43
Direktbuchungen online bezahlen	38	38	38	38
oder buchen z. B. Reisen	42	42	42	42
Lebensmittel, Carsharing, Inpachtgeber	40	40	40	40
Die Online-Dienste oder	39	39	39	39
Streaming wie z. B. Spotify	21	21	21	21
Bank für Anträge, Prämie	46	46	46	46
Praxis oder Dienstleistungen	18	18	18	18
über das Internet	20	20	20	20
z.B. Versicherungen	18	18	18	18

Quelle: ABC, 01.10.2020, n = 1.000, n = 1.000, n = 1.000, n = 1.000

Wissenserlangung nach Haushaltsverdiennebene

	unter 1.000€	1.000€ - unter 2.000€	2.000€ - unter 3.000€	über 3.000€
Ergebnis mit selbst durch Ausprobieren der	76	76	76	76
Praxis und Beratung	69	69	69	69
Kollegen	46	46	46	46
Familie	21	21	21	21
Ergebnis mit selbst durch Lesebücher	38	38	38	38
Webinare/YouTube, z.B. auf YouTube	38	38	38	38
Schulungen und Fortbildungsmöglichkeiten	38	38	38	38
durch meinen Arbeitgeber	31	31	31	31
Schulungen und Fortbildungsmöglichkeiten	31	31	31	31
die ich selbst finanziere	16	16	16	16
Seminare	16	16	16	16
über Bücher/Magazine/Print	4	4	4	4

Quelle: Sonderfrage im Arbeitnehmer-Anfrage-IT-ABC, Stand: 01.10.2020, n = 1.000, n = 1.000, n = 1.000, n = 1.000