

Der Mensch im Mittelpunkt der Digitalisierung

Ergebnisse einer repräsentativen Online-Befragung zur Menschenzentrierung

Sara Elisa Kettner und Christian Thorun

1. *Einleitung*

Die rasante Entwicklung digitaler Technologien und deren zunehmende Integration in nahezu alle Lebensbereiche stellt sowohl Individuen als auch Gesellschaften vor neue Herausforderungen. Im Zentrum dieser Veränderungen steht die Frage, wie digitale Technologien menschenzentriert gestaltet werden können, um den Bedürfnissen, Erwartungen und Fähigkeiten der Menschen gerecht zu werden. Vor diesem Hintergrund hat die Geschäftsstelle der CDR-Initiative anlässlich der 4. CDR-Konferenz im Jahr 2023 eine repräsentative Online-Befragung durchgeführt.¹ Ziel dieser Befragung war es, die Einstellungen und Bedürfnisse der Bürger*innen in Bezug auf Menschenzentrierung in der digitalen Transformation zu erheben.

Die Befragung fand zwischen dem 12. und 16. Oktober 2023 statt und umfasste 1.000 Teilnehmer*innen aus Deutschland, die über 18 Jahre alt sind. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung. Die Datenerhebung und -auswertung wurde von der Geschäftsstelle der CDR-Initiative in Zusammenarbeit mit der YouGov Deutschland GmbH durchgeführt. Ausführliche Angaben zur Methodik und Stichprobe sind im Anhang der Originalstudie zu finden.

¹ Die komplette Studie befindet sich hier: CDR-Initiative (2023): Der Mensch im Mittelpunkt der Digitalisierung: Ergebnisse einer repräsentativen Online-Befragung zur Menschenzentrierung, URL: https://cdr-initiative.de/uploads/files/CDR-Initiative_Befragung-Menschenzentrierung.pdf (aufgerufen am: 31/08/2024).

Im Mittelpunkt der Untersuchung stand die Frage, inwieweit digitale Technologien, Produkte und Dienstleistungen auf die Bedürfnisse, Erwartungen und Fähigkeiten der Menschen ausgerichtet sind. Menschenzentrierung bedeutete in unserer Definition abgekürzt, dass Technologien den Menschen dienen und nicht umgekehrt.

Die Befragung gliederte sich in drei Hauptteile, in denen die Befragten bewerten sollten, welche Erwartungen sie mit menschenzentrierten Technologien verbinden, wie gut diese Erwartungen derzeit erfüllt werden, wie sie sich bei Zielkonflikten der Menschenzentrierung positionieren und welche Bedenken und Lösungsansätze sie im Hinblick auf digitale Technologien haben.

2. Allgemeine Einstellungen zur Menschenzentrierung

Im ersten Teil der Befragung bewerteten die Befragten allgemeine Aspekte sowie den Erfüllungsgrad der Menschenzentrierung durch Unternehmen und deren Relevanz für Kaufentscheidungen.

Großteil der Bevölkerung sieht durch Digitalisierung Verbesserungen in ihrem Leben

Eine zentrale Erkenntnis der Befragung ist, dass ein Großteil der Bevölkerung die Digitalisierung an sich als positiv empfindet (vgl. Abbildung 1). 71% der Befragten gaben an, dass die Digitalisierung ihr Leben bisher (eher) verbessert hat, während nur 12% negative Auswirkungen sehen. Diese positive Grundhaltung:

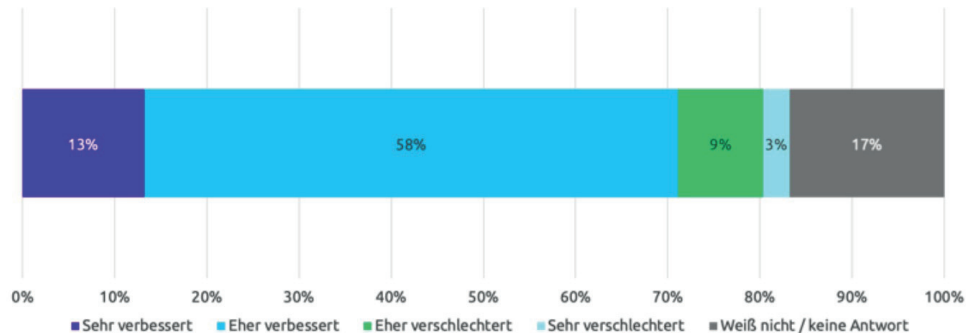


ABBILDUNG 1: HAT DIE DIGITALISIERUNG IHR LEBEN BISHER VERBESSERT ODER VERSCHLECHTERT? (QUELLE: CDR-INITIATIVE 2023)

Die Mehrheit findet, digitale Technologien sind auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten

Auf die Frage, wie gut digitale Technologien auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind, antworteten 73% der Teilnehmer*innen eher oder sehr gut (vgl. Abbildung 2). Dies zeigt, dass viele Menschen das Gefühl haben, dass digitale Produkte und Dienstleistungen bereits auf sie abgestimmt sind, obwohl es auch hier noch Verbesserungspotenzial gibt.

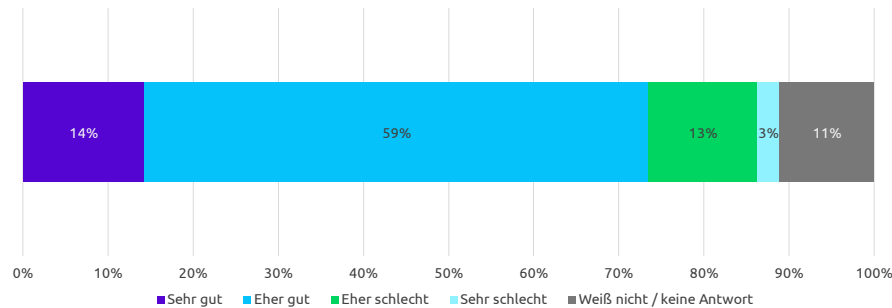


ABBILDUNG 2: WIE GUT SIND DIGITALE TECHNOLOGIEN AUF IHRE BEDÜRFNISSE ZUGESCHNITTEN? (QUELLE: CDR-INITIATIVE 2023)

Menschenzentrierung ist für die Mehrheit kaufentscheidend

Die Menschenzentrierung spielt auch bei Kaufentscheidungen eine wesentliche Rolle. So gaben 61% der Befragten an, dass ihre Entscheidung für ein Produkt oder eine Dienstleistung dadurch beeinflusst wird, ob diese vorbildlich an die Bedürfnisse der Kund*innen ausgerichtet sind. Dieses Ergebnis zeigt, dass menschenzentrierte Technologien nicht nur ethisch wünschenswert, sondern auch wirtschaftlich vorteilhaft für Unternehmen sind.

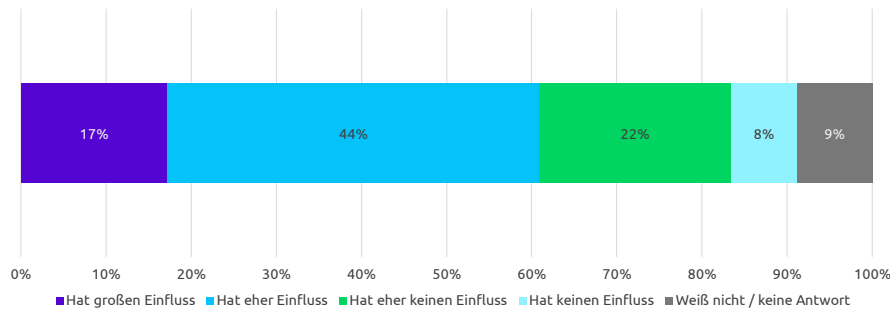


ABBILDUNG 3: WIE STARK BEEINFLUSST ES IHRE KAUFENTSCHEIDUNG, DASS DIGITALE TECHNOLOGIEN VORBILDICH AN DIE BEDÜRFNISSE DER KUND*INNEN AUSGERICHTET SIND? (QUELLE: CDR-INITIATIVE 2023)

Die Mehrheit ist mit den Unternehmen zufrieden – aber ein Drittel noch nicht

Obwohl die Mehrheit der Befragten zufrieden mit der Ausrichtung von digitalen Technologien an die Bedürfnisse der Menschen ist, zeigt die Umfrage auch, dass ein Drittel (34%) der Teilnehmer*innen der Meinung ist, dass Unternehmen noch nicht ausreichend auf ihre Bedürfnisse eingehen. Dies deutet darauf hin, dass es immer noch viele Bereiche gibt, in denen Unternehmen ihre Strategien verbessern können.

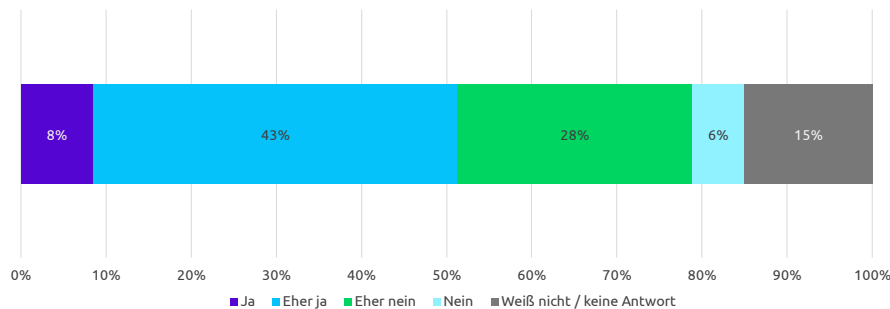


ABBILDUNG 4: RICHTEN UNTERNEHMEN BEREITS HEUTE IHRE DIGITALEN TECHNOLOGIEN VORBILDICH AN DEN BEDÜRFNISSEN DER KUND*INNEN AUS? (QUELLE: CDR-INITIATIVE 2023)

3. Positionierung bei Zielkonflikten der Menschenzentrierung

Menschenzentrierung führt häufig zu Zielkonflikten. So ist es möglich, dass Digitalisierung für Verbraucher*innen große Vorteile bietet, jedoch der Umwelt schadet, die Entscheidungen Maschinen überlassen werden oder bestimmte Bevölkerungsgruppen außen vorlässt. Diesen Zielkonflikten widmet sich der zweite Teil der Befragung. Die Befragten wurden dabei gebeten, sich selbst zwischen den Zielkonflikten zu positionieren.

Umweltschutz steht für die Mehrheit über Digitalisierung um jeden Preis

Im ersten Fall wurde die Frage gestellt, wie sich die Befragten zwischen „Digitalisierung um jeden Preis“ und „Digitalisierung ohne Belastung der Umwelt“ positionieren. Die Mehrheit der Befragten (65%, Median) bevorzugt, dass digitale Technologien nur dann auf den Markt gebracht werden, wenn sie die Umwelt nicht stark belasten. Dies zeigt, dass eine nachhaltige Digitalisierung ein zentrales Anliegen der Bevölkerung ist.

Die Menschen wollen nicht, dass Maschinen alleine Entscheidungen treffen

Ein weiterer Zielkonflikt besteht in der Frage, ob Maschinen allein Entscheidungen treffen sollen oder ob Menschen die letzte Entscheidungsgewalt behalten sollten. Die Mehrheit der Befragten (71%) positioniert sich dabei klar und gibt an, dass Menschen die letzte Entscheidung behalten sollten, was auf ein hohes Bedürfnis nach Kontrolle hinweist.

Der Zielkonflikt „Teilhabe“ zeigt, dass eine kluge Ausbalancierung erforderlich ist

Die Befragung zeigt auch, dass die Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen an digitalen Technologien ein wichtiges Thema ist, jedoch eine gute Abwägung notwendig ist. So tendiert die eine Hälfte der Befragten (50%) dazu, auch dann digitale Technologien auf den Markt zu bringen, wenn nicht alle Bevölkerungsgruppen davon profitieren. Die andere Hälfte tendiert eher zum Gegenteil und fordert (eher), dass Technologien nur dann auf den Markt kommen sollten, wenn alle Bevölkerungsgruppen von ihnen profitieren.

4. Bedenken und Lösungsansätze

Im dritten Teil der Befragung wurden die Teilnehmenden gebeten, unterschiedliche Entwicklungen der Digitalisierung und Lösungsansätze zu bewerten.

Um die Menschenzentrierung zu stärken, sollten Bedenken berücksichtigt werden

Die Befragung ergab, dass viele Menschen Bedenken bezüglich der Auswirkungen der Digitalisierung haben. Diese Bedenken beziehen sich bspw. auf Datenschutz, Sicherheit und die soziale Gerechtigkeit. So gaben 74% an, dass sie (eher) Bedenken hätten, immer gläserner zu werden, weil Unternehmen immer mehr über sie wissen. 68% sorgten sich (eher), dass Entscheidungen über sie aufgrund von Wahrscheinlichkeiten getroffen werden und hierbei ihre individuelle Lage nicht berücksichtigt wird. Ebenfalls 68% hatten (eher) Bedenken, dass Entscheidungen nicht transparent und nachvollziehbar getroffen werden. Weitere Bedenken finden sich in Abbildung 5.

Vor diesem Hintergrund ist daher wichtig, die Bedenken der Kund*innen ernst zu nehmen und in die Gestaltung von digitalen Technologien einzubeziehen.

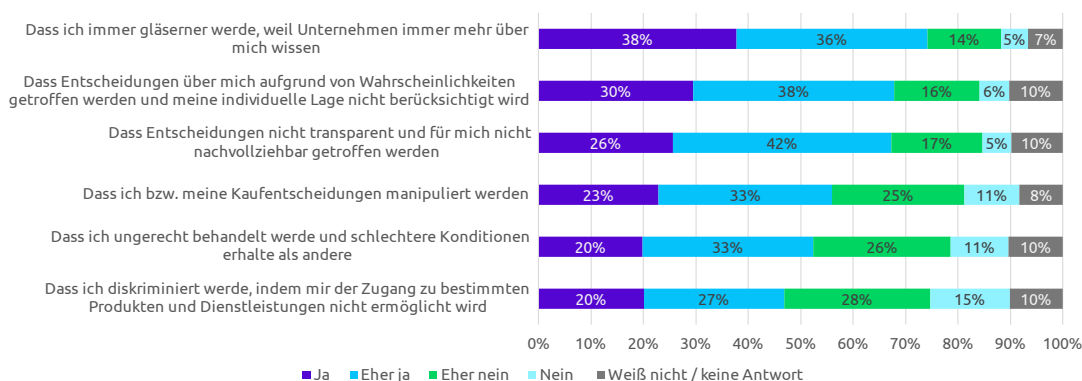


ABBILDUNG 5: HABEN SIE BEDENKEN HINSICHTLICH DER FOLGEN-
DEN MÖGLICHEN AUSWIRKUNGEN VON DIGITALISIERUNG?
(QUELLE: CDR-INITIATIVE 2023)

Eine Vielzahl Ansätze kann bei der Erreichung einer gesteigerten Menschenzentrierung helfen

Die Befragten sehen eine Vielzahl von Ansätzen, die helfen können, die Menschenzentrierung zu stärken. Dazu gehören transparente und faire Geschäftsmodelle, eine stärkere Einbeziehung der Nutzer*innen in die Entwicklungsprozesse und die Förderung digitaler Kompetenzen. 88% der Befragten gaben an, dass es eher oder sehr wichtig sei, dass Unternehmen sich an Gesetze halten. Für 87% war es eher oder sehr wichtig, dass sie sich bei Problemen mit einer Entscheidung, die von einer Maschine getroffen wurde, am Ende auch noch ein Mensch draufschauf. Zudem gaben 85% an, dass es für sie eher oder sehr wichtig sei, dass sie bei Problemen mit einem Unternehmen oder einem Produkt nicht nur mit digitalen Assistenten (wie Chat-Bots) sprechen können, sondern auch mit einer Mitarbeiter*in. Weitere Lösungsansätze finden sich in Abbildung 6.

Insgesamt können alle untersuchten Ansätze dazu beitragen, dass digitale Technologien besser auf die Bedürfnisse der Menschen abgestimmt werden und das Vertrauen in die Digitalisierung gestärkt wird.

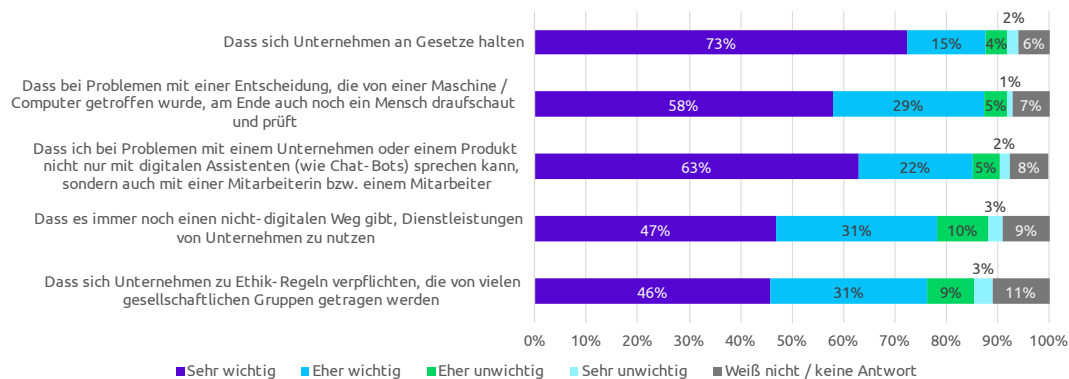


ABBILDUNG 6: WIE WICHTIG FINDEN SIE DIE FOLGENDEN ANSÄTZE?²
(QUELLE: CDR-INITIATIVE 2023)

² Vollständige Frage: Wie wichtig finden Sie die folgenden Ansätze, mit denen Unternehmen ihre digitalen Technologien, digitalen Produkte und digitalen Dienstleistungen vorbildlich an den Bedürfnissen, Erwartungen und Fähigkeiten ihrer Kundinnen und Kunden ausrichten können, selbst wenn hierdurch die Preise steigen oder sich Bearbeitungszeiten verlängern könnten?

5. *Fazit*

Die Ergebnisse der Befragung verdeutlichen, dass Menschenzentrierung ein zentrales Anliegen der Bevölkerung in Deutschland ist. Die meisten Menschen sehen die Digitalisierung als positiv und erkennen die Vorteile digitaler Technologien. Gleichzeitig bestehen jedoch auch Bedenken und Zielkonflikte, die es zu adressieren gilt. Unternehmen sind gefordert, ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen stärker an den Bedürfnissen, Erwartungen und Fähigkeiten ihrer Kund*innen auszurichten. Durch die Berücksichtigung der aufgezeigten Lösungsansätze können sie nicht nur das Vertrauen der Menschen gewinnen, sondern auch wirtschaftlich profitieren.

