



Wissenswertes und Neuigkeiten

MOBILES INTERNET

Newsletter 01/2021

Mit dem Schulungs- und Coaching-Angebot „Mobiles Internet und Co-Hilfen für den Weg zurück ins Leben nach Krebs“ hat die Sächsische Krebsgesellschaft seit 2018 Betroffene und Angehörige dazu eingeladen, an der spannenden Entwicklung der letzten Jahre auf dem Gebiet des Internets bzw. des mobilen Internets teilzuhaben und ganz konkrete Anwendungsfälle, insbesondere bei der Informationsbeschaffung bei einer Krebserkrankung oder bei der Gestaltung der täglichen Selbsthilfearbeit, kennen und nutzen zu lernen sowie ihre ganz individuellen Fragen beantwortet zu bekommen.

Ab 2020 wurde die Schulung - auch angesichts der Herausforderungen der Corona-Pandemie - komplett online organisiert, sodass kein Treffen von Lerngruppen vor Ort notwendig ist und alle Inhalte via Internet vermittelt werden können. Mit dem vorliegenden Newsletter im Rahmen des Projektes „Mobiles Internet“ wollen wir den Teilnehmern und weiteren Interessenten in unregelmäßigen Abständen aktuelle Informationen zum Internet und seinen praktischen Anwendungsmöglichkeiten vorstellen, die Ihnen beim täglichen Leben mit dem Krebs von Nutzen sein können, sowie über aktuelle Zukunftsvisionen der Entwicklung des Internets informieren.

Ihre Sächsische Krebsgesellschaft



Werden Sie Teil unserer virtuellen Wohngemeinschaft

Im September 2021 startete die Sächsische Krebsgesellschaft eine neues, mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) gefördertes Projekt: „TelMaCare“ ist ein Pilotprojekt zur Etablierung einer digitalen Wohn-gemeinschaft durch die Sächsische Krebsgesell-schaft (SKG), die den Teilnehmern ein virtuelles Fenster zur Welt bietet. Dabei geht es um die Ver-besserung der Unterstützung und Begleitung von Krebspatienten und pflegenden Angehörigen mit Pflege bzw. Unterstützungsbedarf (vor allem in ländlichen Gebieten) sowie die weitere Verbesse-rung der ambulanten Versorgung in der Häuslich-keit im Bereich der Onkologie im Freistaat Sach-sen.

In den kommenden Monaten wird dazu ein virtu-elles Unterstützungs-, Informations-, Begleitungs- und Betreuungsangebot für Krebspatienten und ihre pflegenden Angehörigen entwickelt und getestet. Das Angebot richtet sich an Teilnehme-rinnen und Teilnehmer, die bei sich durch eine

Krebserkrankung als Betroffener oder Angehöriger Pflege- oder Unterstützungsbedarf erkennen. Dazu werden sie nach einer ausführlichen Ein-weisung mit neuen Kommunikationsgeräten von der SKG ausgestattet und können bequem von zu Hause aus Dienstleistungen und Angebote zur Erleichterung des täglichen Lebens und zum un-komplizierten und schnellen Austausch unterein-ander sowie mit Ärzten, Pflegekräften, Therapeu-ten und Onkolotsen nutzen.

Damit will das Projekt praktische Hilfe bieten, wann immer und wo immer sie aus Sicht der Betroffenen und ihrer Angehörigen gebraucht wird. Wenn Sie mehr über das Projekt erfahren möchten, als Betroffener oder Angehöriger teil-nehmen oder als Leistungserbringer einbezogen werden wollen, können Sie sich einfach per E-Mail (info@skg-ev.de) oder Telefon bei der Säch-sischen Krebsgesellschaft melden.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

**...TEILNEHMER IN DER
VIRTUELLEN WOHN-GEMEINSCHAFT FÜR KREBSBETROFFENE UND ANGEHÖRIGE**

Nutzen Sie Videochat, Social Media, Internetanwendungen, usw.

Halten Sie Kontakt zu Ärzten, Pflegekräften, Freunden, Familie, Selbsthilfe oder Onkolotsen

Nehmen Sie teil an Gruppenangeboten, z.B. Vorträgen

Erörtern Sie Wissenswertes und bleiben Sie auf dem Laufenden

Bleiben Sie aktiv mit Angeboten zum Mitmachen und probieren Sie diese selbst zu Hause aus

Virtuelle Wohngemeinschaft Müller

**JETZT KONTAKT AUFNEHMEN UND INFORMIEREN
INFORMATIONEN AUF DER RÜCKSEITE!**

- 1997 hat sich Netflix gegründet, um DVDs per Post zu versenden, es gab weder Spotify noch YouTube. Die Menschen nutzten Röhrenfernseher statt Smart-TVs und wählten sich meist über ein Modem ins Internet ein. Mark Zuckerberg war damals 13 Jahre alt. 1997 startete aber auch die erste jährliche ARD/ZDF-Onlinestudie und ermittelte in ihrer Erhebungswelle 4,11 Millionen Nutzerinnen und Nutzer des damals noch sehr jungen Internets in Deutschland – 6,5 Prozent der erwachsenen Bevölkerung. Seitdem hat sich viel getan. Die mittlerweile 25. Welle der ARD/ZDF-Onlinestudie veröffentlichte im November 2021 die aktuellen Zahlen.

die Bewegtbild-Nutzung den größten Teil dieser Dynamik einnimmt. Aber auch Podcasts weisen aktuell deutlich gestiegene Nutzungswerte auf. Die Altersgruppen bis zu 50 Jahren, teilweise bis 60 Jahren, zeichnen sich durch eine breite Nutzungspalette von Plattformen und Diensten aus. Die älteren Zielgruppen nutzen das Internet nur in einem basalen Sinn und machen beispielsweise um Livestreams und Streaming-Plattformen einen deutlichen Bogen; sie vertrauen weiterhin ihren langjährigen Nutzungsgewohnheiten mit Schwerpunkten bei der linearen Mediennutzung von Radio, Fernsehen und Zeitungen/Zeitschriften.

Im Bereich Social Media hat Instagram inzwischen Facebook bei der täglichen Nutzung deutlich überholt. Die Tendenz ist, dass Instagram bei jüngeren Nutzerinnen und Nutzern unter 30 Jahren Facebook mehr und mehr verdrängt, Facebook bei den Älteren aber gleichbleibend wichtig bleibt, aktuell sogar an Reichweite gewinnt. Bei den Messenger-Diensten herrscht nach wie vor eine hohe Konzentration auf WhatsApp, das bei Weitem meistgenutzte Angebot. Deutlich grö-



Ber ist nach den Nutzungsdaten der Wettbewerb zwischen Streaminganbietern, Sendermediatheken und Videoplattformen.

In Deutschland nutzen 2021 nun fast 67 Millionen Menschen das Internet - 100 Prozent der 14- bis 50-Jährigen, 95 Prozent der Gruppe zwischen 50 und 69 Jahren und 77 Prozent der ab 70-Jährigen. Bei der Frage, welche Medienangebote während der Corona-Pandemie wichtiger geworden sind, gewinnen vor allem Online-Videoangebote, Online-Artikel und Messenger an Bedeutung. Jeweils etwa ein Drittel der Befragten sagt, dass diese Medien während der Coronakrise wichtiger geworden sind. Aber auch Social Media, Musik über das Internet, das lineare Fernsehen und das lineare Radio haben an Bedeutung gewonnen. 2021 steigt nach der Corona-Delle im vergangenen Jahr die mobile Nutzung wieder deutlich an. Jetzt sind es 79 Prozent der Menschen, die zumindest gelegentlich das Internet unterwegs nutzen - so viele wie nie zuvor.

Erheblicher Zuwachs bei Mediennutzung im Internet

2021 nutzt die Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland Medien im Internet im Mittel 136 Minuten pro Tag (plus 16 Minuten). Auf Video inklusive YouTube, Mediatheken und Streamingdienste entfallen mit 64 Minuten etwas mehr als eine Stunde (plus 9 Minuten). Im Bereich Audio (Streamingdienste, Live-Radio, Podcasts und so weiter) sind es etwas weniger als eine Stunde (56 Minuten, plus 5 Minuten). Junge Altersgruppen nutzen Medien online deutlich länger – bei 14- bis 29-Jährigen sind es 4,5 Stunden täglich, bei 30- bis 49-Jährigen 3 Stunden.

Auch generell erreichen Videos im Internet immer mehr Menschen. Die Tagesreichweite steigt auf 36 Prozent (plus 6 Prozentpunkte). Besonders die mittlere Altersgruppe treibt diese Entwicklung voran: Bei den 14- bis 29-Jährigen sehen sich 70 Prozent (plus 3 Prozentpunkte) an einem normalen Tag Videos im Internet an, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 50 Prozent (plus 13 Prozentpunkte). Die Audionutzung über das Internet ist auf 30 Prozent leicht angestiegen. Die Altersabhängigkeit ist vergleichbar mit der bei den Videos.

Bei den Videostreaming-Diensten bleibt Netflix am beliebtesten, 32 Prozent der Menschen nutzen das Angebot mindestens einmal in der Wo-

che. Amazon Prime Video und Disney+ landen hierbei mit 18 beziehungsweise 8 Prozent auf Platz zwei und drei. Die Mediatheken von ARD und ZDF werden von 21 Prozent der Menschen mindestens einmal die Woche genutzt.

Andere Studien kommen bei der täglichen Internetnutzung (inkl. Arbeitsleben, E-Mail und WhatsApp) zu noch höheren Nutzungswerten. Im Ergebnis einer im Januar 2021 vom Branchenverband Bitkom durchgeführten Befragung sitzen Menschen in Deutschland durchschnittlich mehr als 10 Stunden am Tag vor dem Bildschirm, zwei Stunden länger als noch vor der Coronakrise. Zum Vergleich: Für 2017 gab der Statistikdienstleister statista den Wert mit durchschnittlich 4,4 Stunden an (Befragte ab 18 Jahre), die FAZ gab für 2018 durchschnittlich 6,6 Stunden an und statista für 2019 wiederum 7,13 Stunden.

Social Media und Messenger: Facebook und Instagram im Wettstreit

Facebook ist auch 2021 die meistgenutzte Social-Media-Anwendung in der Währung „zumindest wöchentliche Nutzung“, erreicht hier mit einem Plus von zwei Punkten 28 Prozent. Instagram wächst zurzeit schneller und kommt auf 26 Prozent tägliche oder wöchentliche Nutzung (+6 Prozentpunkte). Bei der täglichen Nutzung hat Instagram Facebook im Jahr 2021 eindeutig überholt und kommt auf 18 Prozent, Facebook als Nummer 2 nur noch auf 15 Prozent. Vor zwei Jahren lag Facebook noch weit vorne, mit 21 Prozent täglicher Nutzung gegenüber 13 Prozent bei Instagram.

Für unter 30-Jährige spielen aktuell neben Instagram mit 55 Prozent täglicher Nutzung auch Snapchat und TikTok mit 28 beziehungsweise 19 Prozent eine wichtige Rolle. In der jungen Zielgruppe kommt Facebook nur auf den vierten Platz im Reichweiten-Ranking (17 Prozent tägliche Nutzung). Für Clubhouse konnte keine tägliche oder wöchentliche Nutzung ermittelt werden – monatlich oder seltener nutzen die neue Plattform 2 Prozent der Befragten.

71 Prozent nutzen täglich Messenger-Dienste, bei den Jüngeren sind es 93 Prozent. WhatsApp ist der mit Abstand meistgenutzte Messenger-Dienst – 70 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren nutzen ihn täglich. Erst mit großem Abstand folgen Telegram, Signal und Threema, die auf maxi-

mal 3 Prozent tägliche Nutzung kommen.

Weitere interessante Fakten zum Internet

- 2021 gab es weltweit 1,83 Milliarden Websites
 - Zahl der Internet-Nutzer weltweit: 4,804 Milliarden
 - Aktive Social-Media-Nutzer: 3,8 Milliarden
 - Mobiltelefon Nutzer weltweit: 5,15 Milliarden,
 - Smartphone-Durchdringung in Deutschland (wichtig für mobiles Internet): 68,8 %
 - Anteil des mobilen Internet-Verkehrs an der gesamten Internet-Nutzung:
 - Asien 61,09 %
 - Afrika 57,42 %
 - Nordamerika 38,67 %
 - Europa 37,08 %
 - Südamerika 31,43 %
 - Anteil der Geräteklassen am Internet-Datenverkehr
 - Laptops & Desktops 41,46 %
 - Smartphones 55,73 %
 - Tablets 2,81 %
 - Andere Geräte (z. B. X-Box) 0,1 %
- Am meisten genutzte Social-Media-Plattformen weltweit
 - Facebook 2,7 Milliarden Nutzer
 - YouTube 2,0 Milliarden Nutzer
 - WhatsApp 2,0 Milliarden Nutzer
 - Facebook-Messenger 1,3 Milliarden Nutzer
 - WeChat (China-Pendant zu WhatsApp) 1,21 Milliarden Nutzer
 - Instagram 1,16 Milliarden Nutzer
 - TikTok 689 Millionen Nutzer
 - SnapChat 433 Millionen Nutzer
 - Telegram 400 Millionen Nutzer
 - Twitter 353 Millionen Nutzer
 - Online-Umsätze weltweit 2020: 4.206 Milliarden US-Dollar, Prognose 2021: 4.927 Milliarden US-Dollar, davon via Mobil-Geräte in 2020: 70,4 %
 - Online-Umsätze pro Kopf in 2020 in UK = 4.201 USD (1. Platz), USA = 3.428 USD, China 1.855 USD und D = 1.283 USD (10. Platz)
 - 53 % der Online-Käufer lesen fast immer Rezensionen im Internet, bevor sie sich für ein Produkt entscheiden

Kommunikation

Jede zweite Person kommunizierte per Videochat oder Online-Telefonie



- E-Mail-Kommunikation ist die häufigste Internetaktivität

Schon vor der Corona-Krise hat jede zweite Person in Deutschland per Videochat oder Telefonie über das Internet kommuniziert. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilt, nutzten 52 %

der rund 74 Millionen Menschen ab 10 Jahren in Deutschland im 1. Quartal 2019 (Video-)Telefonate zum Beispiel über Skype, Zoom, Facetime, WhatsApp oder Viber.

Die häufigste Internetaktivität war die Kommunikation per E-Mail (79 %), dicht gefolgt von der Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen für private Zwecke (78 %). Weitere häufige Tätigkeiten waren die Kommunikation über Sofortnachrichtendienste wie WhatsApp oder Telegram (71 %), das Lesen von Online-Nachrichten (64 %), die Suche nach Informationen zu Gesundheitsthemen (60 %), Online-Banking (53 %), die Teilnahme an sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook, Snapchat oder Instagram (48 %) und das Musikhören über Internetradio oder Online-Streaming-Dienste wie Spotify (47 %). Insgesamt waren 88 % der Bevölkerung ab 10 Jahren (65 Millionen) im 1. Quartal 2019 online.

Jüngere kommunizieren besonders häufig über Sofortnachrichtendienste und soziale Netzwerke

Je nach Altersklasse gab es unterschiedliche Schwerpunkte bei den Online-Aktivitäten. Die schnelle Kommunikation über das Internet war den Jüngeren besonders wichtig. 93 % der 12,1 Millionen 10- bis 24-Jährigen nutzten dafür Sofortnachrichtendienste. 78 % führten (Video-)

Telefonate oder beteiligten sich an sozialen Netzwerken. Und 76 % tauschten sich per E-Mail aus. Weit vorne lagen in dieser Altersgruppe auch das Musikhören über das Internet (84 %) sowie die Informationssuche über Waren und Dienstleistungen (78 %).

Bei den 33,4 Millionen 25- bis 54-Jährigen standen die E-Mail-Kommunikation und die Informationssuche über Waren und Dienstleistungen an erster Stelle (je 93 %). Weitere häufige Internetaktivitäten dieser Altersgruppe waren die Nutzung von Sofortnachrichtendiensten (87 %), das Lesen von Online-Nachrichten (80 %), die Informationssuche zu Gesundheitsthemen sowie Online-Banking (je 74 %).

Die Menschen der Altersgruppe 55 Jahre und älter (28,5 Millionen) setzten bei ihren Internetaktivitäten ähnliche Prioritäten wie die mittleren Jahrgänge: Kommunikation per E-Mail (63 %) und Informationssuche über Waren und Dienstleistungen (61 %). Zu Gesundheitsthemen informierten sich 50 % über das Internet. 49 % dieser Altersgruppe lasen Online-Nachrichten. 41 % nutzten Sofortnachrichtendienste und 37 % Online-Banking.

Qualität und Nutzen von Gesundheitsapps

Eine Checkliste hilft bei Einordnung und Bewertung

- Mehr als 100.000 Gesundheitsapps verfügbar
- Nicht ungeprüft nutzen: Schnelltest mit Checkliste hilft

Die Bereitschaft der Bevölkerung, sich auf digitale Lösungen im Gesundheitswesen einzulassen, ist groß. So das Ergebnis einer Umfrage, die von Bitkom Research 2019 durchgeführt wurde. Danach nutzen zwei von drei Smartphone-Besitzern in Deutschland Gesundheitsapps. Informationen zu Gesundheits-, Fitness- und Ernährungsthemen liegen dabei ganz vorne. Im konkreten Krankheitsfall wären über zwei Drittel bereit, digitale Unterstützungsangebote einzusetzen. Jeder Zweite der Befragten hält die digitale Versorgung für notwendig, um die steigenden Kosten des Gesundheitssystems aufzufangen. Der Markt hat einiges zu bieten und fast täglich kommen neue Angebote hinzu.

So sind derzeit mehr als 100.000 Gesundheitsapps auf dem Markt - angefangen von Fitness- und Entspannungsprogrammen über Coaches für gesunde Ernährung, mehr Bewegung oder zur

Nikotinentwöhnung bis zu Diagnose-Apps, Symptom-Checkern und Medikationsmanagement. Hinsichtlich Qualität, Nutzen, Transparenz und Datenschutz weisen die Angebote große Unterschiede auf. Verbindliche Bewertungskriterien fehlen zurzeit noch. Der Krebsinformationsdienst des Deutschen Krebsforschungszentrums und auch die Sächsische Krebsgesellschaft e. V. empfehlen Betroffenen und ihren Angehörigen deshalb die Checkliste vom Aktionsbündnis Patientensicherheit. Sie bietet Hilfe bei der Einordnung von Nutzen und Risiko.

Aber was bringen die Apps wirklich? Welchen Nutzen haben sie? Sind die Inhalte seriös und wissenschaftlich fundiert? Wie sieht es mit dem Datenschutz aus?

Der Krebsinformationsdienst am Deutschen Krebsforschungszentrum empfiehlt, eine Ge-

sundheitsapp nicht ungeprüft zu verwenden.

Bei der Bewertung kann eine Checkliste helfen, die das Aktionsbündnis Patientensicherheit unter <https://www.aps-ev.de/app-checkliste/> bereitstellt. Zweck und Funktionalität der App, Vorhandensein von Prüfsiegeln wie dem HONcode, Impressum und verständliche Datenschutzerklärung sowie die Finanzierungsform sind relevante Kriterien, die mit der Checkliste abgefragt werden.

Ein weiterer Punkt: Was sagen andere zu der App, hat sie viele gute Bewertungen verschiedener Nutzer oder nicht? In nur drei Schritten - Abfrage der Kriterien, ihre Auswertung und die Empfehlung - liegt das Ergebnis vor. „Die Checkliste ist ein einfaches, aber gutes Instrument, um auf Nummer sicherzugehen. Werden die Kriterien nicht oder nur teilweise erfüllt, ist Skepsis angebracht“, so Dr. Susanne Weg-Remers, Leiterin des Krebsinformationsdienstes am Deutschen Krebsforschungszentrum.



Aktuelle Entwicklungen

Gesundheitsapps jetzt auch auf Rezept

- Geprüfte, wirksame und sichere Apps können nun vom Arzt verschrieben werden
- Bundesinstitutes für Arzneimittel und Medizinprodukte prüft Angebote

Digitale Anwendungen wie Gesundheitsapps können für Patienten von Nutzen sein - das sagen auch gesundheitspolitische Experten. Gleichzeitig gibt es aber auch warnende Stimmen, da viele Apps sensible Gesundheitsdaten sammeln, die vor Missbrauch geschützt werden müssen. Ende 2019 ist das Gesetz „Digitale Versorgung“ in Kraft getreten. Es schafft die gesetzliche Grundlage, um zukünftig die ärztliche Verordnung von medizinischen Apps zu ermöglichen. Dafür infra-

ge kommen allerdings nur Apps, die als Medizinprodukt zugelassen sind. Inzwischen liegt auch die dazugehörige Rechtsverordnung vor, die Sicherheits- und Nutzeranforderungen regeln soll. Für die Nutzenbewertung der Apps ist das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) zuständig.

Seit einem Jahr können Hersteller medizinischer Apps und anderer digitaler Gesundheitsanwen-

dungen die Aufnahme ihrer Produkte ins DiGA-Verzeichnis beantragen. Mit erfolgreicher Prüfung durch das BfArM im Fast-Track-Verfahren können Apps vom Arzt verschrieben oder bei entsprechender Diagnose direkt von der gesetzlichen Krankenkasse erstattet werden.

Im Fast-Track-Verfahren prüft das BfArM die in der Digitale-Gesundheitsanwendungen-Verordnung (DiGAV) definierten Anforderungen an Sicherheit und Funktionstauglichkeit, Datenschutz und Informationssicherheit sowie Qualität und insbesondere Interoperabilität – sowie den Nachweis des Herstellers für die positiven Versorgungseffekte. Falls noch keine ausreichenden Nachweise für positive Versorgungseffekte vorliegen, es dazu aber bereits vielversprechende Daten gibt und die weiteren Anforderungen erfüllt sind, kann eine vorläufige Aufnahme in das Verzeichnis beantragt werden. Die notwendige vergleichende Studie muss dann innerhalb einer Erprobungsphase von bis zu einem Jahr durchgeführt werden.

Seit Start des Fast-Track-Verfahrens wurden 73 Anträge auf Aufnahme ins DiGA-Verzeichnis gestellt, davon 50 zur vorläufigen Aufnahme und 23 zur dauerhaften. Bisher wurden 15 Anwendungen im Verzeichnis gelistet, 30 Anträge

wurden vom Hersteller zurückgezogen und vier vom BfArM negativ beschieden. Aktuell befinden sich 24 Anträge in der Prüfung.

Die Erfahrungen aus dem Prüfverfahren zum Datenschutz, zur IT-Sicherheit und dem Nachweis positiver Versorgungsaspekte sind im vergangenen Jahr bereits in den Anforderungskatalog des Gesetzgebers eingeflossen. Auch für die Hersteller ergeben sich aus dem Prüfverfahren und den bislang mehr als 160 DiGA-Beratungsgesprächen oft wertvolle Impulse für weitere Verbesserungen, die letztlich den Patientinnen und Patienten zu Gute kommen. Dies betrifft vor allem die Studienqualität, die häufig nicht den Anforderungen des BfArM für eine systematische Überprüfung entspricht – was sich auch in der (vergleichsweise) hohen Anzahl vom Hersteller zurückgezogener Anträge widerspiegelt.

Aus dem Bereich Krebs sind aktuell 2 Apps im Verzeichnis gelistet (CANKADO und Mika). Darüber hinaus gibt es u. a. auch Apps zur Raucherentwöhnung, Unterstützung bei Depression, Angststörungen und Migräne.

Das DiGA-Verzeichnis finden Interessierte im Internet unter <https://diga.bfarm.de/de>

Besser Essen

Hohe Datenteil-Bereitschaft für optimierte Ernährungspläne

- Rund 40 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer von Fitness- und Gesundheitsapps teilen Aktivitätsdaten
- Datenteil-Bereitschaft im Gegenzug für optimierte Ernährungs- und Trainingspläne besonders hoch

Schritte, Herzfrequenz, Kalorien: Wer Fitness- und Gesundheitsapps nutzt, sammelt täglich große Datenmengen. Die Bereitschaft, diese Daten mit den Anbietern solcher Apps zu teilen, ist groß. 41 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer solcher Programme teilen Informationen über ihre Aktivitätsdaten wie Schritte oder Steh- und Sitzzeiten mit den Anbietern, ähnliche viele stellen Größe (41 Prozent), Gewicht (38 Prozent) sowie Geschlecht (37 Prozent) und Alter (35 Prozent) zur Verfügung. Auch weitere Fitness-Daten werden geteilt: 34 Prozent stellen Informationen über ihren Körperzustand, wie ihren Body Mass Index (BMI), bereit und knapp ein Viertel (23 Prozent) gewährt einen Einblick in Echtzeitdaten wie Herzfrequenz und Blutsauerstoffsättigung.

Eine Übersicht der verzehrten Mahlzeiten teilt knapp ein Fünftel (18 Prozent), 14 Prozent gewähren einen Einblick in die aufgenommene Wassermenge. Ihren Standort, etwa zur Aufzeichnung von Aktivitäten, stellen 13 Prozent zur Verfügung. Genauso viele Menschen teilen die täglich aufgenommenen Kalorien. Und bereits zwei Prozent haben sogar eine Auswertung ihrer DNA bereitgestellt.

„Die Motivation, sich mit Fitness- und Ernährungsdaten auseinanderzusetzen, ist häufig eine gesündere Lebensweise“, sagt Andreas Schweikert, Bereichsleiter für Landwirtschaft und Food-Tech-Experte beim Digitalverband Bitkom. „Digitale Anwendungen und Apps haben somit die Chance, einen aktiven Beitrag für eine nachhal-

tigere Ernährung in der Gesellschaft zu leisten.“

Hinzu kommen viele Menschen, die sich vorstellen können, ihre Daten künftig zu teilen: 36 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer von Fitness- und Gesundheitsapps würden Echtzeitdaten wie ihre Herzfrequenz mit den Anbietern der Programme teilen. 35 Prozent könnten sich vorstellen, Informationen über ihren Körperzustand zu teilen, und 34 Prozent sind bereit dazu, ihre Aktivitätsdaten zur Verfügung zu stellen. Rund ein Viertel würde Einblick in den Kalorien-Haushalt geben (26 Prozent) oder den aktuellen Standort teilen (25 Prozent). Und sechs Prozent haben Sympathien dafür, eine Auswertung ihrer DNA bereitzustellen.

Im Gegenzug für die Fitness-Daten erwarten die Befragten einen klaren Mehrwert: 54 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer dieser Apps, die Daten teilen würden, könnten sich dies im Gegenzug für einen perfekt auf sie abgestimmten Ernährungsplan vorstellen. 45 Prozent erwarten sich ein besseres Nutzungserlebnis und ein Drittel (33 Prozent) würde sich für die Daten einen optimal angepassten Trainingsplan erhoffen. Zudem würden 31 Prozent ihre Informationen teilen, um von der Krankenkasse Rabatte oder andere Vorteile zu erhalten. Mehr als jede zehnte dieser Personen (11 Prozent) würde eigene Daten sogar für Geld verkaufen.

Digitalisierung im Gesundheitswesen

Drei Viertel der Deutschen wollen elektronische Patientenakte nutzen

- Die Hälfte wurde noch nicht über die ePa informiert
- Fast zwei Drittel wollen Gesundheitsdaten für die Forschung freigeben



Seit dem 1. Januar 2021 bieten die gesetzlichen Krankenkassen ihren Versicherten die elektronische Patientenakte (ePa) an. Das Interesse der Menschen ist groß: 76 Prozent möchten die ePa gern nutzen, allerdings erst 0,5 Prozent der Befragten hat sie bereits in Gebrauch. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung im

Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.003 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren, die im November 2021 durchgeführt wurde. Demnach wollen 39 Prozent die ePa auf jeden Fall nutzen, 37 Prozent wollen dies wahrscheinlich tun. Jeder und jede Fünfte (20 Prozent) schließt dies jedoch für sich aus.

Dass erst so wenige Menschen die elektronische Patientenakte jetzt schon nutzen, liegt auch daran, dass sie kaum über die ePa aufgeklärt wurden. So sagt mehr als die Hälfte (52 Prozent), bislang noch nicht von ihrer Krankenkasse oder der Ärzteschaft über die elektronische Patientenakte informiert worden zu sein. 73 Prozent fordern, Ärztinnen und Ärzte müssten die Versicherten aktiv auf die ePa hinweisen. „Die elektronische Patientenakte ist das Kernstück der Digitalisierung des Gesundheitswesens. Mit ihr erhalten die Versicherten einen schnellen Zugriff auf ihre medizinischen Daten, Diagnosen und vom kommenden Jahr an auch auf ihren Impfpass. Gerade die Corona-Pandemie hat uns drastisch vor Augen geführt, wie wichtig Vernetzung, ein funktionierender, sicherer Datenaustausch und die digitale Dokumentation von Untersuchungsergebnissen sind“, sagt Dr. Ariane Schenk, Bereichsleiterin Health & Pharma beim Bitkom.

62 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass alle Versicherten automatisch eine elektronische Patientenakte bekommen sollten, 41 Prozent hal-

ten die Beantragung für umständlich. Fast drei Viertel (72 Prozent) wünschen sich, dass die ePa verschiedene Services und Anwendungen enthält, etwa Tools für die Arztsuche oder Terminbuchungen oder auch das E-Rezept. Ab 2023 ist vorgesehen, dass Nutzerinnen und Nutzer der ePa freiwillig ihre Gesundheitsdaten anonymisiert der öffentlichen Forschung zur Verfügung stellen können – 60 Prozent derjenigen, die die ePa nutzen bzw. nutzen wollen, sind zu einer solchen Datenspende bereit.

Unter denen, die grundsätzlich die Nutzung der ePa ablehnen, hat fast die Hälfte (46 Prozent) Bedenken, dass die eigenen Daten nicht sicher sein könnten. 20 Prozent sehen keinen Nutzen in der ePa und 29 Prozent befürchten, dass Eingabefehler passieren und zu falschen medizinischen Entscheidungen führen könnten. 20 Prozent derjenigen, die keine ePa wollen, sagen auch: Ich kenne mich nicht mit dem Thema aus. „Ärztinnen und Ärzte sollten ihre Patientinnen und Patienten jetzt aktiv auf die Vorteile der ePa hinweisen“, fordert Bitkom-Expertin Schenk.

Zukunftsvisionen

Metaverse – Das nächste große „Ding“?

- Nächste Entwicklungsstufe des mobilen Internets
- Leben wir bald vor allem virtuell?



Als Facebook 2004 auf den Markt kam, veränderte es die Art und Weise, wie sich Menschen verbinden. Apps wie Messenger, Instagram und WhatsApp haben seitdem Milliarden auf der ganzen Welt in ihren Bann gezogen und werden von

ihnen tagtäglich genutzt. Jetzt bewegen sich die mobilen Inhalte über 2D-Bildschirme hinaus hin zu neuen, tiefgreifenden Erlebnissen wie Augmented und Virtual Reality, um die nächste Evolution in der sozialen Technologie voranzutreiben.

Im vergangenen Oktober hat Facebook, oder nach der Umbenennung nun „Meta“, deshalb die neue Entwicklungsrichtung des Unternehmens vorgestellt, mit der in Zukunft das Projekt „Metaverse“ zum Leben erweckt werden soll, um Menschen zu helfen, sich noch einfacher und besser zu verbinden, Gemeinschaften zu finden und virtuell zusammen zu arbeiten. Doch was soll das sein?

Nach Auskunft von Mark Zuckerberg, CEO von Meta, soll sich das Metaversum wie ein Hybrid der heutigen sozialen Online-Erfahrungen anfühlen, manchmal in drei Dimensionen erweitert oder in die aktuelle physische Welt hinein projiziert. Es soll den Menschen ermöglichen, Erfahrungen mit anderen Menschen in einer bisher noch nicht gekannten emotionalen Tiefe zu teilen, selbst wenn Sie nicht an einem physischen Ort zusammen sein können. Dabei sollen sie trotzdem gemeinsam Dinge tun, die Sie in der physischen Welt nicht tun könnten. Das Metaverse soll die nächste Evolutionsstufe in einer langen Reihe von sozialen Technologien (zuletzt z. B. mobiles Internet) sein.

Anhand verschiedener Videos zeigte Meta auf

seiner Entwicklerversammlung zuletzt, wie sich Erfahrungen im Metaversum im nächsten Jahrzehnt anfühlen könnten – von sozialen Verbindungen über Unterhaltung, Spiele, Fitness, Arbeit, Bildung und Handel. Dabei soll das heutige Internet „zum Leben erweckt“ oder zumindest in 3D gerendert werden. Mark Zuckerberg hat „Meta“ als „virtuelle Umgebung“ beschrieben, in die man hineingehen kann – anstatt nur auf einen Bildschirm zu schauen. Im Wesentlichen soll es sich dabei um eine Welt endloser, miteinander verbundener virtueller Gemeinschaften, in denen sich Menschen mit Virtual-Reality-Headsets, Augmented-Reality-Brillen, Smartphone-Apps oder anderen Geräten treffen, arbeiten und spielen können. Auch andere Unternehmen, wie z. B. Microsoft forschen in dieser Richtung. Um hier also ein weltumspannendes Angebot zu schaffen gilt es, sich zuerst einmal – wie beim Internet – auf gemeinsame technische Standards zu einigen, um ein medienbruchfreies Erlebnis für die Nutzer, unabhängig von den jeweiligen Anbietern sicherstellen zu können. Hier ist also noch einiges zu tun, bis aus den vorgestellten Visionen auch für alle Nutzer Realität wird. Es bleibt also spannend!

Erben & Vererben

Digitaler Nachlass: 4 von 10 Deutschen sorgen vor

- 40 Prozent haben ihr digitales Erbe ganz oder teilweise geregelt
- Vielen fehlen jedoch die nötigen Informationen
- 28 Prozent möchten, dass ihre Profile in sozialen Medien erhalten bleiben

Der Entsperr-Code des Smartphones, der Zugang zu Social-Media-Auftritten, die PIN zum Online-Banking-Login oder für Digital-Abos: Was nach dem eigenen Tod mit den digitalen Hinterlassenschaften geschehen soll, wird für die Menschen in Deutschland zunehmend wichtiger. Bereits 40 Prozent der Internetnutzerinnen und Internetnutzer kümmern sich um ihr digitales Erbe – 2019 waren es erst 31 Prozent und im Jahr 2017 gerade einmal 18 Prozent. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.003 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren.

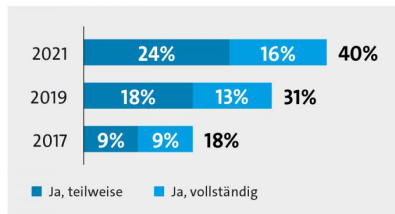
Demnach hat ein Viertel (24 Prozent) der Internetnutzerinnen und Internetnutzer den eigenen digitalen Nachlass zumindest teilweise geregelt. Weitere 16 Prozent haben dies sogar vollständig erledigt. 53 Prozent der Internetnutzerinnen und Internetnutzer ist bewusst, dass sie sich um die-

ses Thema kümmern müssten – sie haben es bislang aber noch nicht getan.

„E-Mails, soziale Netzwerke, Shopping-Plattformen, Bezahldienste, Versicherungen, Banking, Streamingdienste und vieles mehr: Wer das Internet nutzt, verfügt heute in der Regel über eine Vielzahl an Accounts. Es ist wichtig, dass man sich frühzeitig mit der Frage auseinandersetzt, was nach dem eigenen Tod damit geschehen soll“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Dabei geht es um zwei Dinge: Angehörigen emotionale Belastung und die komplizierte Suche nach Nutzernamen und Passwörtern zu ersparen. Und darum, dass kostenpflichtig Dienste und Abos im Netz schnell und unkompliziert gekündigt werden können.“

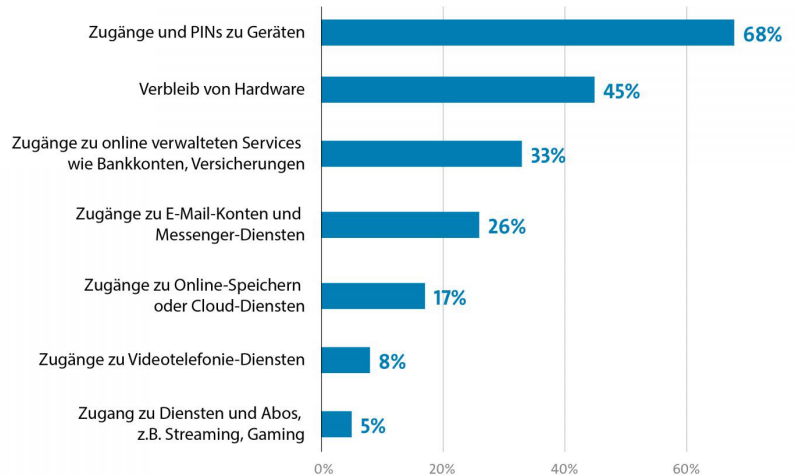
Der digitale Nachlass wird den Deutschen wichtiger

Haben Sie für den Fall Ihres Todes Ihren digitalen Nachlass geregelt?



Basis: 873 Internetnutzerinnen und -nutzer ab 16 Jahren | rechts: 356 Befragte, die ihren digitalen Nachlass ganz oder teilweise geregelt haben
Quelle: Bitkom Research 2021

Und wenn ja: welche Bereiche?



bitkom

Unter denjenigen, die ihr digitales Erbe ganz oder teilweise geregelt haben, haben dies zwei Drittel (68 Prozent) für Zugänge zu PINs und Geräten getan. 45 Prozent haben Regelungen zum Verbleib ihrer Hardware getroffen und ein Drittel (33 Prozent) für Zugänge zu online verwalteten Services wie Bankkonten oder Versicherungen. Jeder und jede Vierte (26 Prozent) hat Zugänge zu Online-Konten oder Messenger-Diensten für Hinterbliebene hinterlegt und 17 Prozent zu Online-Speichern oder Cloud-Diensten. Erst ein Zwanzigstel (5 Prozent) hat sich darum bei Streaming- oder Gaming-Abos gekümmert.

Seit einem Urteil des Bundesgerichtshofs im Jahr 2018 gehen Verträge etwa mit Kommunikationsprovidern oder sozialen Netzwerken auf die Erben über, sofern zu Lebzeiten nichts anderes bestimmt wurde. Doch dazu müssen die Erben erst einmal wissen, welche Verträge und Profile überhaupt bestehen – sie zu informieren, ist also unerlässlich. Ein Drittel (36 Prozent) der Internetnutzerinnen und Internetnutzer befasst sich allerdings nur ungern mit diesem als unangenehm empfundenen Thema. Immerhin 64 Prozent sagen, dass ihnen Informationen dazu fehlen, wie denn das digitale Erbe überhaupt zu regeln sei.

Der größte Teil derjenigen, die ihr digitales Erbe ganz oder teilweise geregelt haben, hat eine Vertrauensperson benannt, die sich um den digitalen Nachlass und die Online-Accounts kümmern soll.

58 Prozent haben auch bei Online-Diensten oder in sozialen Netzwerken konkrete Nachlasskontakte benannt. „Es empfiehlt sich überall dort, wo es möglich ist, bereits zu Lebzeiten einen Nachlasskontakt zu benennen“, sagt Rohleder. „Bei einigen Diensten ist das unkompliziert über die Einstellungen zur Privatsphäre möglich.“ Etwas mehr als die Hälfte (53 Prozent) hat eine Liste mit Zugangsdaten zu Online-Diensten angelegt. Fast ein Viertel (22 Prozent) hat das digitale Erbe testamentarisch geregelt. Nur eine Minderheit von 4 Prozent nutzt kommerzielle Plattformen oder Apps für die digitale Nachlassplanung.

Im Übrigen wünschen sich fast 3 von 10 Internetnutzerinnen und Internetnutzern ein digitales Leben nach dem Tod: 28 Prozent möchten, dass ihre Profile in sozialen Netzwerken auch nach ihrem Ableben weiter bestehen.

Bitkom-Hinweise zum Umgang mit dem digitalen Nachlass:

1. Persönliche Informationen auf Datenträgern
Wenn im Testament oder in einer Vollmacht nichts anderes geregelt ist, werden die Erben Eigentümer aller Gegenstände des Verstorbenen, also auch des Computers, Smartphones oder lokaler Speichermedien. Seit einem Urteil des Bundesgerichtshofs im Jahr 2018 beinhaltet dies auch den Zugang zu Accounts etwa in sozialen Medien. Damit dürfen die Erben die dort gespei-

cherten Daten uneingeschränkt lesen. Deshalb sollte man die Entscheidung, ob die Hinterbliebenen nach dem Tod Einblick in die digitale Privatsphäre haben, zu Lebzeiten treffen. Ein Notar oder Nachlassverwalter kann unter Umständen entsprechende Dateien oder ganze Datenträger vernichten bzw. konservieren lassen. Neben Hinweisen auf das Erbe können sich in persönlichen Dateien sensible private Informationen befinden, die manche lieber mit ins Grab nehmen möchten.

2. Online-Dienste wie E-Mail-Konto oder Cloud-Speicher

Hinterbliebene erben nicht nur Sachwerte, sondern treten auch in die Verträge des Verstorbenen ein – auch, wenn es sich um kostenpflichtige Dienste handelt wie etwa ein Streaming-Abo. Gegenüber E-Mail- und Cloud-Anbietern haben Erben in der Regel Sonderkündigungsrechte. Bei der Online-Kommunikation gilt aber zugleich das Fernmeldegeheimnis, das auch die Rechte der Kommunikationspartner des Verstorbenen schützt. In der Praxis gelingt der Zugang zu den Nutzerkonten am besten, wenn der Verstorbene

zu Lebzeiten geregelt hat, ob und in welchem Umfang die Erben im Todesfall Zugriff auf die Accounts erhalten. Außerdem kann man die Zugangsdaten für solche Dienste beim Notar hinterlegen.

3. Profile in sozialen Netzwerken

Hinterbliebene sollten die Betreiber von sozialen Netzwerken benachrichtigen, wenn sie entsprechende Mitgliedschaften des Verstorbenen kennen. Viele Betreiber verlangen die Vorlage einer Sterbeurkunde. Bei Facebook ist es Nutzern möglich, zu Lebzeiten einen Nachlasskontakt zu bestimmen, der das Profilfoto des Verstorbenen ändern oder auf Freundschaftsanfragen reagieren darf. Eine Anmeldung unter dem Konto des Verstorbenen oder das Lesen von dessen Chats ist aber auch dem Nachlasskontakt nicht möglich. Angehörige können darüber hinaus beantragen, das Profil in einen „Gedenkzustand“ zu versetzen. Die Profilinhalte bleiben dann erhalten und Freunde oder Familienmitglieder können in der Chronik Erinnerungen teilen.

Neue Studie

Mobiles Internet in Deutschland überdurchschnittlich teuer

Kosten für 1 GB mobiles Datenvolumen in mehreren europäischen Ländern verglichen

- Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern ist mobiles Internet in Deutschland überdurchschnittlich teuer.
- Das mobil genutzte Datenvolumen steigt in Deutschland kontinuierlich.
- Der vzbv hat Daten zu den durchschnittlichen Kosten für mobiles Datenvolumen ausgewertet.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) hat die Preisstrukturen für mobiles Datenvolumen in Deutschland mit anderen europäischen Ländern verglichen. Das Ergebnis: Die Preise für Mobilfunkleistungen in Deutschland und Europa sinken. Doch mit Blick auf die Nachbarländer sind die Angebote für mobiles Datenvolumen ohne Zusatzleistungen in Deutschland überdurchschnittlich teuer.

Unterwegs E-Mails beantworten, mit dem Smartphone navigieren oder online einkaufen – mobiles Internet ist aus dem Alltag von Verbrauchern nicht wegzudenken. In Regionen mit unzureichender stationärer Breitbandversorgung ist mitunter nur mit mobilem Datenvolumen Homeoffice möglich. Im Jahr 2020 nutzten 80 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland das mobile Internet.[1]

Verbraucherfreundliche, europaweit wettbewerbsfähige Preise für mobiles Internet dienen daher der Daseinsvorsorge. Doch im Jahr 2019 zahlten deutsche Verbraucher im Schnitt etwa drei Mal so viel wie Endkunden in den besonders günstigen europäischen Ländern. Dies zeigt sich anhand der durchschnittlichen Kosten für ein Gigabyte mobiles Datenvolumen bei reinen Datentarifen, die in den europäischen Ländern stark variieren. Zum Beispiel zahlten 2019 Verbraucher in Polen 0,83 Euro für ein Gigabyte mobiles Datenvolumen, während in Deutschland der Preis dafür bei 3,35 Euro lag.

Obwohl die Preise für Mobilfunkleistungen in Deutschland und Europa sinken, steht Deutschland im Vergleich zu den untersuchten Ländern kontinuierlich auf Platz eins oder zwei der teuersten Länder für mobiles Internet.

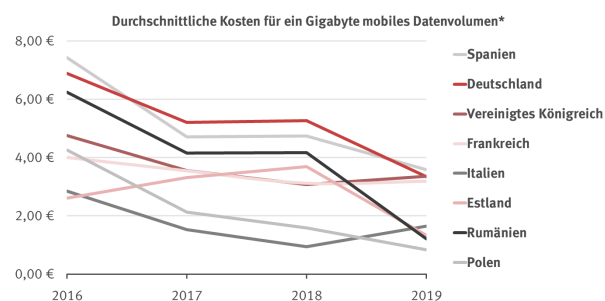


Digitale Infrastruktur braucht mobiles Internet

Mobiles Datenvolumen ist die Grundlage für eine app-basierte digitale Infrastruktur. Entsprechend der voranschreitenden Digitalisierung wird auch immer mehr mobiles Datenvolumen benötigt. Deutschlandweit verbrauchten die Menschen 2019 noch 2,76 Milliarden Gigabyte, 2020 stieg die Nutzung bereits auf 3,97 Milliarden Gigabyte. [2]

KOSTEN FÜR MOBILES INTERNET

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern ist in Deutschland ein Gigabyte mobiles Datenvolumen überdurchschnittlich teuer.



verbraucherzentrale
Bundesverband

Quelle: Die Durchschnittspreise basieren auf den Erhebungen der Europäischen Kommission aus den Jahren 2016 bis 2019 und wurden datenpaketübergreifend berechnet. Herangezogen wurden vorliegend nur die Datenpakete ohne weitere Mobilfunkleistungen. Ausgenommen wurden Datenpakete mit 0,25 und 0,5 Gigabyte, da sie dem heutigen Angebot nicht mehr entsprechen und zu Verzerrungen führen würden. Ausgewählt wurden in Europa die Länder mit dem größten Bruttoinlandsprodukt sowie die drei Länder mit den günstigsten Preisen für mobiles Datenvolumen im Jahr 2019. *Kaufkraftbereinigt.

DURCHSCHNITTliche KOSTEN* FÜR EIN GIGABYTE MOBILES DATENVOLUMEN

	2016	2017	2018	2019
Deutschland	6,88 €	5,20 €	5,26 €	3,35 €
Estland	2,60 €	3,31 €	3,69 €	1,33 €
Frankreich	4,00 €	3,54 €	3,11 €	3,18 €
Italien	2,84 €	1,52 €	0,94 €	1,65 €
Polen	4,26 €	2,13 €	1,59 €	0,83 €
Rumänien	6,24 €	4,16 €	4,17 €	1,21 €
Spanien	7,43 €	4,71 €	4,74 €	3,58 €
Vereinigtes Königreich	4,75 €	3,55 €	3,07 €	3,35 €

verbraucherzentrale
Bundesverband

Quelle: Die Durchschnittspreise basieren auf den Erhebungen der Europäischen Kommission aus den Jahren 2016 bis 2019 und wurden datenpaketübergreifend berechnet. Herangezogen wurden vorliegend nur die Datenpakete ohne weitere Mobilfunkleistungen. Ausgenommen wurden Datenpakete mit 0,25 und 0,5 Gigabyte, da sie dem heutigen Angebot nicht mehr entsprechen und zu Verzerrungen führen würden. Ausgewählt wurden in Europa die Länder mit dem größten Bruttoinlandsprodukt sowie die drei Länder mit den günstigsten Preisen für mobiles Datenvolumen im Jahr 2019. *Kaufkraftbereinigt.

Verbraucherzentralen helfen weiter

Verbraucher, die Hilfe in ihrem individuellen Fall benötigen, sollten die Beratungsangebote der Verbraucherzentralen nutzen, Informationen unter <https://www.verbraucherzentrale.de/beratung>. Beschwerden können sie über das Beschwerdeportal der Verbraucherzentralen abgeben.

[1] Initiative D21 e. V. (Hrsg.), D21-Digital-Index 2020/2021, 2021, S. 12.

[2] Bundesnetzagentur (Hrsg.), Jahresbericht 2020 – Märkte im digitalen Wandel, 2021, S. 65.

Digitales Zuhause statt Pflegeheim Wie Technologien im Alter helfen können

- Unterstützung beim selbstbestimmten Leben zu Hause
- Verhinderung von Isolation



Eine Künstliche Intelligenz, die Stürze vorhersehen kann und Sensoren, die warnen, wenn der Herd versehentlich eingeschaltet ist: Digitale Technologien bieten insbesondere Seniorinnen und Senioren große Potenziale und können ihnen ermöglichen, lange selbstbestimmt in den eigenen vier Wänden zu leben. So bieten etwa Smart-Home-Technologien, bei denen Licht, Reinigungsroboter oder Haushaltsgeräte per Stimmbefehl gesteuert werden, Hilfe im Alltag. Aber auch die häusliche Pflege kann von smarten Systemen stark profitieren, indem Pflegendе bei körperlichen und organisatorischen Tätigkeiten entlastet werden. Das zeigt der Leitfaden „Digitale Lösungen für das Wohnen im Alter“, den der Digitalverband Bitkom im November 2021 anlässlich des Deutschen Seniorentages in einer aktualisierten Auflage veröffentlicht hat.

„Die Digitalisierung kann Seniorinnen und Senioren wertvolle Dienste leisten und in einer älter werdenden Gesellschaft auch der Schlüssel für ein langes Leben in den eigenen vier Wän-

den sein“, sagt Dr. Ariane Schenk, Bereichsleiterin Health & Pharma beim Bitkom. „Das Thema ist dabei für alle von Bedeutung: für Familien und Gesundheitswirtschaft, aber auch für die private und kommunale Wohnungswirtschaft.“

In dem Leitfaden werden zum einen die Einstellungen von Seniorinnen und Senioren gegenüber der Digitalisierung beschrieben. So zeigt sich, dass 80 Prozent der 65- bis 74-Jährigen der Digitalisierung grundsätzlich positiv gegenüberstehen – und 75 Prozent der über 75-Jährigen. Zugleich wünschen sich viele aber auch persönliche Hilfsangebote im Umgang mit den Technologien und eine größere Benutzerfreundlichkeit, etwa durch einfachere Bedienoberflächen. Zum anderen werden Beispiele aus der Praxis genannt – also konkrete digitale Anwendungen, die Seniorinnen und Senioren, Pflegendе sowie die Wohnungswirtschaft bereits jetzt einsetzen können, um ein längeres selbstbestimmtes Leben zu ermöglichen. Dazu zählt etwa eine KI-basierte Sturzprävention, bei der ein Algorithmus auf Basis eines einfachen

Smartphone-Videos präzise und anatomisch korrekt eine objektive Bewegungsanalyse erstellt, ein individuelles Sturzrisiko ermittelt und persönliche Empfehlungen gibt, um Unfälle zu vermeiden. Oder auch eine IoT-Plattform, bei der Gesundheits- und Sensordaten durch Algorithmen ausgewertet werden, um Unregelmäßigkeiten im Tagesverlauf eines hilfebedürftigen Menschen zu erkennen – oder um zu überprüfen, ob dieser nicht vergessen hat, zu trinken, die Medikamente

zu nehmen oder Termine einzuhalten.

„Insbesondere während der Corona-Zeit ist das Problem der Isolation in den Vordergrund gerückt“, betont Schenk. „Dabei sollen und können digitale Technologien Pflegepersonal oder die Zuwendung durch Angehörige nicht ersetzen - aber sie doch sinnvoll unterstützen, um die Qualität in der Pflege langfristig zu verbessern.“

Der Leitfaden steht hier zum kostenlosen Download bereit: <https://www.bitkom.org/sites/default/files/2021-11/24.11.2021-infobroschure-digitale-losungen-fur-das-wohnen-im-alter.pdf>

Smart Home

Zwei Drittel sprechen mit ihrem smarten Zuhause

- 65 Prozent steuern Smart-Home-Anwendungen per Sprachbefehl
- Bei drei Vierteln sorgt das Smart Home für mehr Energieeffizienz
- Studienbericht „Smart Home 2021“

Licht aus! Playlist starten! Eine wachsende Anzahl von Menschen, die Smart-Home-Anwendungen in ihrem Zuhause installiert haben, steuern diese per Sprachbefehl. Schon 65 Prozent der Smart-Home-Userinnen und -User sprechen mit ihrem Zuhause, sei es per stationärem Sprachassistenten wie Google Home oder Amazon Echo oder per Sprachassistent auf dem Smartphone, dem Tablet oder der Smartwatch. Vor einem Jahr waren es noch 52 Prozent. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.269 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren, darunter 519 Nutzerinnen und Nutzer mindestens einer Smart-Home-Anwendung. Demnach steuern Männer (69 Prozent) ihre Smart-Home-Geräte etwas häufiger per Sprachbefehl als Frauen (61 Prozent). Am beliebtesten ist insgesamt jedoch die Steuerung per Smartphone-App (87 Prozent), die Hälfte nutzt dafür auch eine App auf dem Tablet (49 Prozent) und 12 Prozent steuern ihr Smart Home per Smartwatch-App. „Das Smart Home ist zum Haupteinsatzgebiet der Sprachassistenten geworden“, sagt Dr. Sebastian Klöß, Bereichsleiter Consumer Technology beim Bitkom. „Zuletzt sind nicht nur die Berührungsängste gegenüber der Sprachsteuerung gesunken, sondern auch die Sorge etwa vor Hackerangriffen.“

Wer einmal Smart-Home-Geräte nutzt, will nicht mehr davon weg. Aktuell verfügen 41 Prozent der Menschen in Deutschland über vernetzte Ge- Weitere Ergebnisse der Studie „Smart Home 2021“

hat Bitkom in einem neuen Studienbericht veröffentlicht.

88 Prozent hiervon sind sich sicher, dass Smart-Home-Anwendungen in ein paar Jahren in jedem Haushalt zu finden sein werden. 77 Prozent würden in ihren eigenen vier Wänden am liebsten alle technischen Geräte miteinander vernetzen und digital steuern. Fast drei Viertel (72 Prozent) betonen, ihnen hilft das smarte Zuhause dabei, energieeffizienter zu leben. Dies gilt insbesondere für intelligente Heizkörper und Thermostate, die etwa in der Lage sind, die Temperatur in der Wohnung immer optimal anzupassen – beispielsweise abhängig davon, ob gerade gelüftet wird, ob Personen anwesend sind und teilweise sogar unter Berücksichtigung der Wettervorhersage. Für ein Drittel (33 Prozent) ist die Nachhaltigkeit der Smart-Home-Anwendungen selbst sogar ein klares Kaufkriterium.

Am meisten achten Nutzerinnen und Nutzer jedoch auf Benutzerfreundlichkeit (60 Prozent) und die Kompatibilität zu bereits vorhandenen Smart-Home-Anwendungen (36 Prozent). 35 Prozent achten auf den Preis und fast ebenso viele (34 Prozent) auf ein gutes Testergebnis, etwa durch die Stiftung Warentest oder ein Fachmagazin. Die Aspekte Datensicherheit und Datenschutz spielen für ein Viertel beim Kauf eine Rolle (25 Prozent). Die allermeisten Nutzerinnen und Nutzer (98 Prozent) wünschen sich im Übrigen auch eine klare Kennzeichnung, welche Smart-Home-Produkte sicher sind.

<https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Das-intelligente-Zuhause-Smart-Home-2021>

Smarte Alarm-Armbänder sorgen für mehr Sicherheit

- [illegible]

Die Bedeutung solcher Tools dürfte künftig ansteigen: Zwar werden sie aktuell von erst 5 Prozent der Menschen in Deutschland eingesetzt – allerdings kann sich fast jeder und jede Dritte (29 Prozent) vorstellen, ein solches Armband oder einen solchen Anhänger künftig zu nutzen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung unter 1.003 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren.

„Smarte Tools können die persönliche Sicherheit deutlich erhöhen. Sie gleichen teilweise dem Design von Schmuckstücken, lassen sich intuitiv bedienen und können mit nur einer Berührung Familie, Freunde oder den Notruf informieren und den eigenen Standort übermitteln“, sagt Bitkom-Experte Dr. Sebastian Klöß. „Neuere Generationen von Smartphones und Smartwatches verfügen mittlerweile ebenfalls über entsprechende Funktionen.“ Insbesondere Seniorinnen

und Senioren über 65 Jahren interessieren sich für die smarten Armbänder und Anhänger: 44 Prozent können sich eine Nutzung künftig vorstellen, damit ist dieser Anteil deutlich höher als in den Altersgruppen darunter (16-29 Jahre: 25 Prozent, 30-49 Jahre: 20 Prozent, 50-64 Jahre: 28 Prozent). Nicht nur die persönliche Sicherheit, auch die Sicherheit persönlicher Gegenstände steht künftig im Fokus: 5 Prozent der Deutschen statten ihre Koffer, Geldbörsen oder Fahrräder mit GPS-Trackern aus – 20 Prozent können sich dies für die Zukunft vorstellen.

Situationen, in denen sie ein mulmiges Gefühl haben oder Unsicherheit verspüren, kennen nahezu alle Menschen in Deutschland (95 Prozent), wobei dies bei Frauen deutlich häufiger auftritt als bei Männern. So fühlen sich 54 Prozent der Frauen mitunter unsicher, wenn sie draußen im Dunkeln allein unterwegs sind – und 39 Prozent der Männer. Von fremden Personen angesprochen zu werden, erlebt jede vierte Frau (23 Prozent) als unsichere Situation – und jeder sechste Mann (16 Prozent).

Meinungsbildung

Relevanz von Google, Facebook & Co. steigt weiter

- Informationen werden oft abseits klassischer Medien gesucht
- Aus großer Meinungsmacht folgt aber auch große Verantwortung

Seit Jahren belegen die Ergebnisse der Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“ der Medienanstalten die zunehmende Relevanz von Angeboten wie Google, Facebook & Co. beim Informationsverhalten und der Meinungsbildung der Bevölkerung. Die im Oktober 2021 im Rahmen der Vorstellung des fünften Vielfaltsberichts anlässlich der Medientage München präsentierten aktuellen Daten der Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“ unterstreichen diese Entwicklung.

Mehr als 46 Prozent der Personen ab 14 Jahren in Deutschland informieren sich an einem Durchschnittstag, indem sie die Medienintermediäre (Anbieter, die journalistisch-redaktionelle Inhalte aggregieren, selektieren und allgemein zugänglich präsentieren) nicht nur als Kontakthersteller nutzen, sondern auch Informationen direkt auf den Diensten wahrnehmen. Mit einem Plus von 44 Prozent gegenüber 2019 zeigt die Informationsnutzung über Medienintermediäre sogar



einen deutlich stärkeren Zuwachs als die Informationsnutzung über die crossmedialen Angebote klassischer Medien und das Internet gesamt (38 bzw. 36 Prozent).

„Die Sicherung von Medienvielfalt auch im digitalen Raum ist unverzichtbar für unsere Demokratie. Dabei tragen Medienintermediäre als Torwächter für Informationen gegenüber der Gesellschaft Verantwortung für bestimmte Entscheidungen mit potenziellen Auswirkungen auf die Meinungsvielfalt. Vor diesem Hintergrund ist es richtig, Medienintermediäre unter dem Gesichtspunkt des Schutzes der Meinungsvielfalt regulatorisch in den Fokus zu nehmen. Der Medienstaatsvertrag spielt hier mit den Regelungen zur Transparenz von Suchalgorithmen und zur Diskriminierungsfreiheit für journalistisch-redaktionelle Inhalte eine Vorreiterrolle. Aufgrund der klar medienrechtlich, und zwar die Meinungsvielfalt sichernden Ausrichtung der Regulierung steht diese selbstständig neben den aktuellen Gesetzesinitiativen auf europäischer Ebene,“ betont Dr. Wolfgang Kreißig, Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) mit Blick auf die aktuellen Diskussionen in Brüssel zum Digital Services Act und Digital Media Act.

Am häufigsten kommen Suchmaschinen zu informierenden Zwecken zum Einsatz. Googles Suchmaschine liegt in allen Altersgruppen an erster Stelle mit 32,7 Prozent, gefolgt von YouTube, das sich mit einer informierenden Tagesreichweite von 12,1 Prozent erstmals knapp vor Facebook mit 11,9 Prozent platziert.

Kernbefunde der aktuellen Studie „Intermediäre und Meinungsbildung“

Informierende Mediennutzung auch gegen Ende der Corona Krise überdurchschnittlich

- Die informierende Mediennutzung in Deutschland ist weiterhin überdurchschnittlich. 89 Prozent der Personen in Deutschland haben sich gestern im TV, Internet, Radio, in Tageszeitungen oder in Zeitschriften über das Zeitgeschehen informiert.
- Die höchste informierende Tagesreichweite verzeichnet nach wie vor das Fernsehen (56 Prozent), gefolgt vom Internet (53 Prozent) und Radio, dass von gut 47 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren täglich genutzt wird, um sich über das Zeitgeschehen zu informieren.

Nutzungsschub des Internets bei der informierenden Nutzung

- Das Internet erfährt im Corona-Jahr 2020 den größten „Nutzungsschub“ und wächst weiter. Um 14 Prozentpunkte ist seine informierende Tagesreichweite seit 2019 gestiegen. Der Abstand zum „Info-Leitmedium“ Fernsehen schrumpft auf 2,9 Prozentpunkte. Nach dem subjektiv wichtigsten Informationsmedium gefragt, ist das Internet das am häufigsten genannte Infomedium (38,1 Prozent).
- Einen Teil der wachsenden Bedeutung als Informationsquelle verdankt das Internet der crossmedialen Nutzung klassischer Medienangebote. Für 2020 ist ein pandemiebedingter Nutzungsschub erkennbar. Aktuell informiert sich deutlich mehr als ein Drittel der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland pro Tag über die Onlineangebote klassischer Medien (37,4 Prozent). Das sind 26,5 Mio. Personen ab 14 Jahren.

Intermediäre entscheiden mit, welche Informationen Nutzende im Internet sehen

- Fast jeder Zweite (46 Prozent) / 33 Mio. Personen ab 14 Jahren nutzen täglich Suchmaschinen, soziale Netzwerke und Instant-Messenger-Dienste, um sich über das Zeitgeschehen zu informieren. Google ist in allen Altersklassen meistgenutzter Intermediär, gefolgt von Youtube, Facebook und Instagram.
- Bei den Jüngeren spielen Intermediäre eine noch wichtigere Rolle für die Information. Für Drei Viertel (75 Prozent) der 14 bis 29-Jährigen bestimmen Medienintermediäre mit, welche Informationen zum Zeitgeschehen aus Deutschland und der Welt im Internet wahrgenommen werden. Instagram belegt mittlerweile die zweite Position hinter Google bei der informierenden Nutzung. YouTube und Facebook folgen auf Rang 3 und 4.

Intermediäre sind wichtige Gatekeeper und Kontakthersteller für Informationsangebote

- Bei mittlerweile mehr als jedem vierten ab 14-Jährigen in Deutschland führt der Weg zu den Online-Infoquellen über Medienintermediäre (27,9 Prozent). Eine herausragende Rolle als Kontakthersteller spielen dabei Suchmaschinen. Rund jeder Zweite, der die Webangebote klassischer Medien oder originäre Onlineangebote als Infoquelle nutzt, gelangt aktuell über eine Suchmaschine dorthin. Das entspricht weit mehr als einem Fünftel der Be-

völkerung ab 14 Jahren (22,3 Prozent).

Der fünfte Vielfaltsbericht steht auf der Webseite der Medienanstalten zum Download bereit:
<https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/vielfaltsbericht/vielfaltsbericht-der-medienanstalten-2021>.

Quellen

Zur Gestaltung des Newsletters wurden Pressemitteilungen, Studien, Daten und Statistiken des Branchenverbandes Bitkom e. V., der Landesmedienanstalt NRW, des Statistischen Bundesamtes, der ARD/ZDF-Forschungskommission, des Bundesinstitutes für Arzneimittel und Medizinprodukte, des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen, des Deutschen Krebsforschungszentrums, Facebook, Microsoft und des Statistikanbieters Statista genutzt.

Impressum

Sächsische Krebsgesellschaft e. V.

☎ 0375 – 28 14 03

📠 0375 – 28 14 04

🌐 info@skg-ev.de

Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

