



# HESSISCHER LANDTAG

10. 02. 2021

## Kleine Anfrage

**Oliver Stürböck (Freie Demokraten) vom 17.11.2020**

**Kampagne „Digitale Kompetenzen stärken“**

**und**

**Antwort**

**Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung**

### **Vorbemerkung Fragesteller:**

Am 30.10.2020 hat die Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung die Kampagne „Digitale Kompetenzen stärken“ gestartet. Ziel der Kampagne ist, die Bürgerinnen und Bürger zum Erwerb digitaler Kompetenzen zu motivieren. Teil der Kampagne sind eine Plakat-Werbekampagne, eine Website („Wie digital bin ich?“) und ein Online-Test, mit dem Nutzerinnen und Nutzer ihre digitalen Kompetenzen bestimmen können („DigiCheck Kompetenzen“).

### **Vorbemerkung Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung:**

Die Landesregierung hat das Ziel, die Chancen der Digitalisierung verantwortungsvoll zu nutzen und die Digitalisierung in Hessen zu stärken. Zur Umsetzung der Digitalisierungs-Offensive in dieser Legislaturperiode werden insgesamt über 1 Milliarde € zur Verfügung gestellt, denn eine erfolgreiche Digitalisierung der Wirtschaft und Gesellschaft beeinflusst nachhaltig die Wettbewerbsfähigkeit und damit auch den Wohlstand Hessens. Die Kampagne „Digitale Kompetenzen stärken“ ist eine der vielfältigen Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele der Landesregierung.

Die Kampagne soll Bürgerinnen und Bürger in allen Lebensphasen zu mehr Eigeninitiative beim Erwerb digitaler Kompetenzen motivieren. Gerade in der Corona-Pandemie hat sich in den vergangenen Monaten gezeigt, wie wichtig die Digitalisierung und damit auch digitale Kompetenzen sind und welche Chancen und Vorteile sie für Wirtschaft und Gesellschaft haben. Ohne die digitalen Möglichkeiten wären viele Bereiche des Landes nicht arbeits- und handlungsfähig gewesen.

Ein Angebot in dieser Form stand bislang hessenweit nicht zur Verfügung, insbesondere mit Blick auf die erstmalige Zusammenfassung weiterführender Angebote für die jeweiligen Nutzer. Die Kampagne stellt dementsprechend einen neuen Ansatz dar, um Bürgerinnen und Bürger hessenweit für die Relevanz digitaler Aus- und Weiterbildung zu sensibilisieren. Sie wurde in Zusammenarbeit mit Experten aus verschiedenen Fachbereichen konzipiert. Durch die Zusammenarbeit mehrerer Ressorts wurde ein realer Mehrwert geschaffen.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1: Wie wurde die Kampagne vorbereitet (zum Beispiel konzeptionelle Überlegungen, Fokusgruppentests etc.)?

Laut Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI) 2020 erreichte der Anteil der Einwohner mit mindestens grundlegenden digitalen Kompetenzen in Deutschland im Jahr 2019 zwar bereits 70 % (gegenüber 68 % im Jahr 2017), doch im Umkehrschluss verfügen demnach 30 % der Einwohner noch nicht einmal über digitale Grundkenntnisse. Mehr als grundlegende Kompetenzen wiesen nur 39 % der Einwohner in Deutschland auf (gegenüber 37 % im Jahr 2017). Der Anteil der IKT-Fachkräfte betrug 2019 3,9 % der Einwohner, ein leichter Anstieg im Vergleich zum Jahr 2017 (3,7 %). In einigen IT-Bereichen besteht in Deutschland dementsprechend nach wie vor ein deutlicher, nicht-gedeckter Bedarf an Fachkräften (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/scoreboard/germany>).

Im September 2019 hat der Bereich der Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung mit der Ausarbeitung von Konzepten zum Thema „Digitale Kompetenzen“ begonnen. Dazu wurde eine

ressortinterne Arbeitsgruppe auf Fachebene eingerichtet. Das Thema wurde abteilungsübergreifend mit Akteurinnen und Akteuren aus unterschiedlichen Disziplinen und mit fachspezifischer Expertise diskutiert.

Am 5. November 2019 fand ein ressortübergreifender Workshop zur Fortschreibung der Strategie Digitales Hessen statt, bei dem unter Einbeziehung von Vertreterinnen und Vertretern aus allen Ressorts der Landesregierung wesentliche Eckpunkte zur Fortschreibung der Strategie diskutiert und erarbeitet wurden. Das Thema „Digitale Kompetenzen“ wurde hierbei als eines der Schwerpunktthemen benannt. Durch die ressortübergreifende Ausrichtung wurde sichergestellt, dass zentrale Akteurinnen und Akteure aus anderen Fachbereichen der Landesregierung ihre fachliche Expertise einbringen konnten. Die Ergebnisse sind in die Konzeption der Kampagne „Digitale Kompetenzen stärken“ eingeflossen. Sie orientiert sich hierbei an den Leitlinien des Europäischen Rahmens für die Digitale Kompetenz:

→ <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework>

Zur Entwicklung der einzelnen Instrumente der Kampagne wurde die wissenschaftliche Kompetenz externer Expertinnen und Experten genutzt. Insbesondere der „DigiCheck“ wurde auf Basis wissenschaftlicher Kriterien erstellt und von unabhängigen, externen Fachleuten aus Wirtschaft und Gesellschaft evaluiert und weiterentwickelt.

Die Erstellung der Datenbank auf der Internetseite [www.wie-digital-bin-ich.de](http://www.wie-digital-bin-ich.de) mit den Angeboten des Landes wurde durch Abfragen der einzelnen Ressorts der Landesregierung sowie der externen Akteurinnen und Akteure aufgebaut. Jedes Angebot, das auf der Website aufgeführt ist, ist mit dem federführenden Anbieter abgestimmt.

Frage 2: Welche Zielgruppe(n) hat die Landesregierung für die Kampagne definiert?

Zielgruppe der Kampagne sind alle Bürgerinnen und Bürger in Hessen. Die Ministerin für Digitale Strategie und Entwicklung möchte mit der Kampagne möglichst viele Menschen in jeder Altersstufe erreichen, da die Stärkung der digitalen Kompetenzen in jeder Lebensphase von großer Bedeutung ist. Aufgrund der heterogenen Zielgruppe wurde die Kampagne mit einem Multi-Channel Prinzip konzipiert, in dem die Zielgruppenansprache über mehrere Kanäle (online und offline) erfolgt. Die unterschiedlichen Kommunikationskanäle wurden gewählt, um eine möglichst hohe Reichweite mit der Kampagne zu erzielen und gleichermaßen Menschen mit stärkerem wie auch mit mittlerem oder schwächer ausgeprägtem Digitalisierungsbezug anzusprechen sowie auf deren unterschiedliche Kompetenzniveaus eingehen zu können. Für die online-affine Zielgruppe wird beispielsweise auf Social Media Plattformen wie Instagram und Facebook die Kampagne als Werbung geschaltet. Um die online-averse Zielgruppe zu erreichen, wurden vor allem analoge Medien wie Plakate und „City Light“-Säulen eingesetzt.

Frage 3: Auf welchen Werbepattformen, Werbemedien und Sozialen Medien wird die Kampagne beworben?

Die Kampagne „Digitale Kompetenzen stärken“ sensibilisiert im Rahmen des zur Verfügung stehenden Budgets online wie offline für das Thema „Digitale Kompetenzen“. Was die analogen Elemente der Kampagne betrifft, wurden „Digitale City Light“-Poster, „City Light“-Säulen, Großflächenplakate, „Ground Poster“ sowie Zeitungsanzeigen gewählt. Im Bereich der Sozialen Medien werden Werbeanzeigen auf Facebook und Instagram geschaltet.

Frage 4: Auf welchen Zeitraum ist die Kampagne angelegt?

Die Kampagne wurde am 30.10.2020 gestartet. Die Plakatkampagne hatte eine Laufzeit von vier Wochen, in den sozialen Medien betrug die Laufzeit etwa fünf Wochen. Die „Edgar Cards“ werden ausgelegt, sobald die die Gastronomie betreffenden Regelungen zur Pandemie es zulassen. Die anderen Instrumente der Kampagne, insbesondere der „DigiCheck“ und die Website [www.wie-digital-bin-ich.de](http://www.wie-digital-bin-ich.de) mit den Angeboten des Landes, sind auf Dauer angelegt. Sie sollen langfristig Lernmöglichkeiten für Bürgerinnen und Bürger bieten. Die Kampagne ist damit ein nachhaltiges und zukunftsorientiertes Projekt. Die Website wird kontinuierlich weiterentwickelt und ausgebaut. Auch die Motive der Kampagne werden für weitere Werbemaßnahmen, wie beispielsweise als Motive für Give-Aways weiterverwendet.

Frage 5: Welche Kosten sind mit der Plakatkampagne, der Website "Wie digital bin ich?", dem Online-Tool DigiCheck Kompetenzen und der Kampagne insgesamt verbunden? (bitte nach Art und Umfang der Kosten aufschlüsseln, z. B Agenturkosten, Plakatwerbung etc.)

Einen aktuellen Überblick über die bisherigen Kosten der Kampagne „Digitale Kompetenzen stärken“ bietet die folgende Tabelle:

	Kosten in € (netto gerundet) (Stand 23.11.2020)
Kampagne mit Großflächenplakaten, „Edgar Cards“, Ground Postern, „City Light“-Postern und „City Light“-Säulen	39.500
Kampagnen-Start	1.800
Gestaltungsleistungen/ Agenturleistungen	35.500
Online-Posts inkl. Online-Werbebudget	14.500
Zeitungsanzeigen	3.700,
DigiCheck Kompetenzen: Online Tool zur Ermittlung der eignen digitalen Kompetenzen	40.000
Internetseite Digitale Kompetenzen: → <a href="http://www.wie-digital-bin-ich.de">www.wie-digital-bin-ich.de</a> , Angebotsübersicht bestehender Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in Hessen	59.700

Frage 6: Welche Wirkung verspricht sich die Landesregierung von der Kampagne?

Die Landesregierung möchte mit der Kampagne die Bürgerinnen und Bürger in Hessen für die Relevanz digitaler Kompetenzen sensibilisieren und gleichzeitig dazu motivieren, die eigenen digitalen Kompetenzen zu stärken. Sie sollen ihre persönlichen Kompetenzen mithilfe des Checks besser einschätzen können. Die Kampagne soll aber auch einen Überblick über die bestehenden Angebote des Landes vermitteln und es Bürgerinnen wie Bürgern auf diese Art ermöglichen, diese auf ihre individuellen Bedürfnisse angepasst wahrnehmen zu können. Die Kampagne kann somit dazu beitragen, dass sie sich mit ihren spezifischen digitalen Fähigkeiten auseinandersetzen und zugleich Angebote zum Erwerb oder Ausbau ihrer Kompetenzen erhalten. Die Kampagne sieht sich hierbei als Ergänzung zu bestehenden Angeboten, insbesondere mit einem Fokus auf digitale Fragestellungen. Die Internetseite ermöglicht eine zielgruppengenaue und individuelle Filterung der Angebote. Die Nutzerinnen und Nutzer können, jeweils auf ihre individuellen Kompetenzen und Bedürfnisse abgestimmt, die Angebotsübersicht auf der Website [www.wie-digital-bin-ich.de](http://www.wie-digital-bin-ich.de) durchsuchen, um für sie passgenaue und bedarfsgerechte Ergebnisse zu finden. Für die Zukunft ist ein lebendiger Austauschprozess auf der Homepage vorgesehen. Die Internetseite ist ein dynamisches Element, das regelmäßig in Austausch mit den Akteuren und in Zusammenarbeit mit dem Dienstleister aktualisiert, erweitert und angepasst wird. Die Bürgerinnen und Bürger profitieren dabei fortlaufend von der Bandbreite an aktuellen Angeboten in Hessen zur Stärkung der Digitalen Kompetenzen.

Frage 7: Anhand welcher Kennzahlen plant die Landesregierung den Erfolg der Kampagne zu evaluieren?

Die Landesregierung plant den Erfolg der Kampagne anhand mehrerer Kennzahlen zu evaluieren, die bezüglich der Aktivitäten der Nutzer auf der Homepage → [www.wie-digital-bin-ich.de](http://www.wie-digital-bin-ich.de) sowie der Reichweite der Online-Maßnahmen der Kampagne erkennbar sind.

Mit der fünfwöchigen Online-Kampagne konnten in den sozialen Netzwerken über 460.000 Personen erreicht werden. Im Vorfeld der Kampagne wurde ein Korridor von 7.429 bis 21.482 Link-Klicks<sup>1</sup> prognostiziert. Erreicht wurden jedoch 28.186 Link-Klicks. Die vor Beginn der Kampagne geschätzte Anzahl wurde also um über 30 Prozent übertroffen.

Seit dem Start der Kampagne am 30.10.2020 haben bisher 51.000 Seitenaufrufe der Website und knapp 16.100 Wissenstests stattgefunden (Stand: 18.01.2020).

Wiesbaden, 2. Februar 2021

**Prof. Dr. Kristina Sinemus**

<sup>1</sup> Anzahl an Klicks auf Links, die auf Zielseiten auf oder außerhalb von Facebook bzw. Instagram führen.