

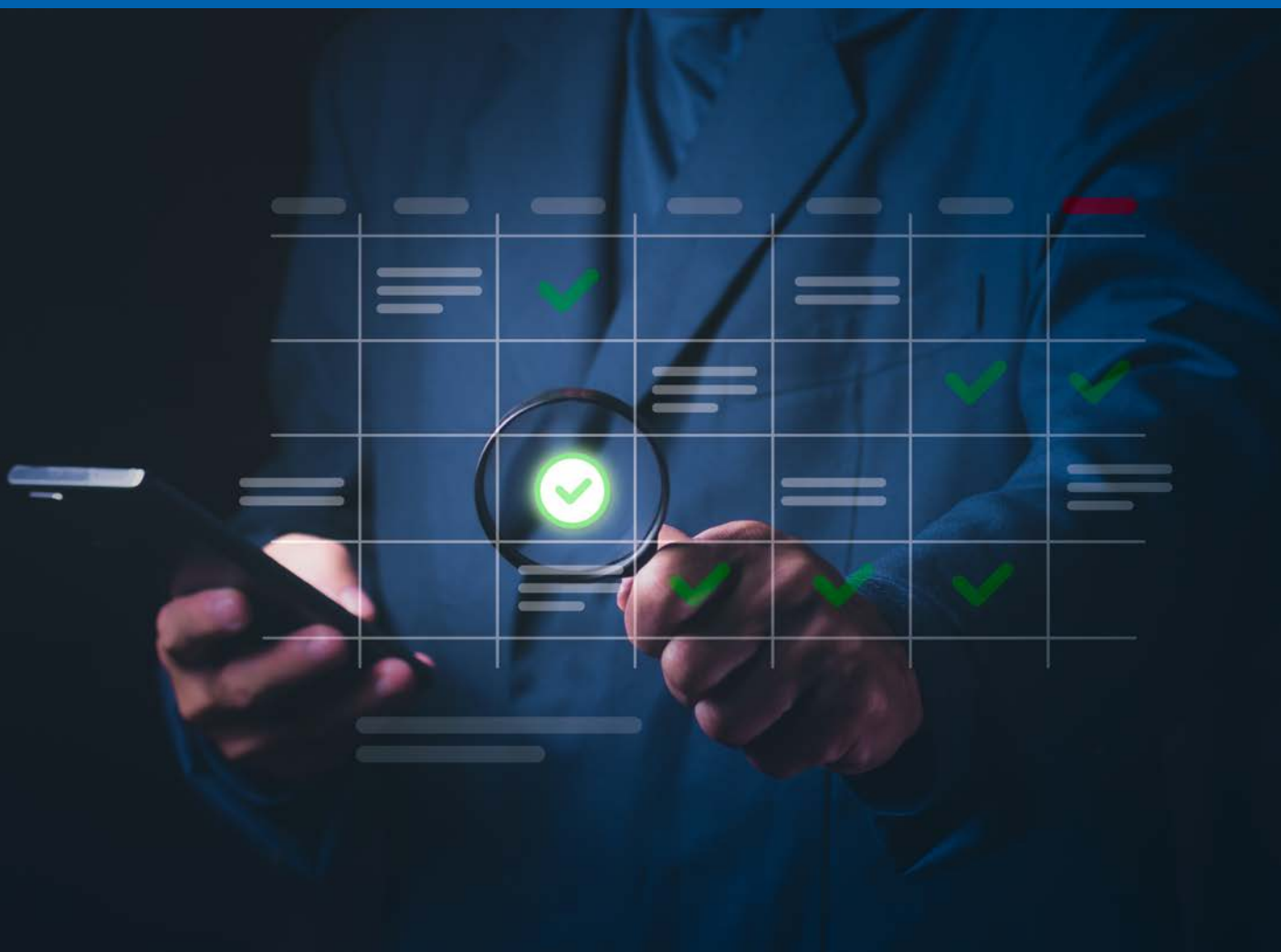
Studie

# Digital Skills Austria IV

Methodik der Digital Skills Austria Studie

Manuela Grünangerl (Universität Salzburg), Dimitri Prandner (Universität Linz)

Im Auftrag der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Fachbereich Medien



# Methodik der Digital Skills Austria Studie

Manuela Grünangerl (manuela.gruenangerl@plus.ac.at)  
Dimitri Prandner (dimitri.prandner@jku.at)

Vorgeschlagene Zitation:

Grünangerl, M., & Prandner, D. (2026). *Digital Skills Austria IV: Methodik der Digital Skills Austria Studie*. RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.20026581>

# Digital Skills Austria IV

---

**Projektdurchführung und Berichtlegung durch:**

Manuela Grünangerl (Universität Salzburg)

Dimitri Prandner (JKU)

**Sonstige Projektmitarbeit durch:**

Thomas Steinmaurer (Universität Salzburg): Administration

**Datenerhebung durch:**

Marketagent GmbH; Projektverantwortliche: Judith Traxler

Die Veröffentlichung des Projektberichts erfolgt unter: CCby4.0 International.

Herausgeberin und Verlegerin:

Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH

Mariahilfer Straße 77–79 | 1060 Wien | Österreich

## Executive Summary | Methodik der Digital Skills Austria IV Studie

Der Methodenbericht zur vierten Welle der Studie *Digital Skills Austria* beschreibt die Datengrundlage und die eingesetzten Messinstrumente zur Erfassung digitaler Fähigkeiten in Österreich. Die Erhebung wurde im Sommer 2025 als Online-Access-Panel-Befragung mit insgesamt 2.307 Teilnehmenden durchgeführt und bildet die österreichische Onlinebevölkerung ab 16 Jahren strukturgleich ab.

Ein zentrales Merkmal der Studie ist der **mehrdimensionale Messansatz digitaler Handlungsfähigkeit**. Dieser umfasst vier zentrale Bereiche:

- **Fertigkeiten (Skills)**, erhoben über Selbsteinschätzungen,
- **Wissen (Knowledge)**, gemessen durch standardisierte Wissenstests,
- **Kompetenzen (Competencies)**, erfasst über performanzbasierte Problemlösungsaufgaben,
- sowie **digitale Tätigkeiten**, abgebildet über den Digital Skills Indicator (DSI).

Die im Rahmen der Digital Skills Austria Studienreihe eingesetzte Skills-Skala wurde in gekürzter Form zum Einsatz gebracht, aus der erneut eine Stufenleiter (Guttman-Skalierung) abgeleitet wurde, die eine positionale Verortung der Bevölkerung erlaubt und wie in den Vorjahren hohe Reliabilität sowie Validität aufweist. Ergänzend dazu wurde ein Wissenstests und ein deutlich ausgebauter Kompetenztest mit 30 Aufgaben implementiert, um tatsächliche Problemlösungsfähigkeiten differenziert abzubilden.

Darüber hinaus integrierte die Studie erstmals systematisch externe Referenzmodelle; den europäischen *Digital Skills Indicator* (DSI) sowie den *DigComp*-basierten *DigCert*-Wissenstest. Dadurch wird die Anschlussfähigkeit an internationale Vergleichsstudien sichergestellt und ein umfassender Modellvergleich ermöglicht. Zusätzlich wurden Technikbereitschaft und Medienkompetenz erfasst.

Entsprechend kann die Studie ein methodisch breit angelegtes Instrumentarium bereitstellen, das über klassische Selbsteinschätzungen hinausgeht und digitale Fähigkeiten als komplexes Zusammenspiel von Nutzung, Wissen und Handlungskompetenz erfasst. Damit schafft sie eine belastbare Grundlage für evidenzbasierte Analysen digitaler Ungleichheiten und für die Weiterentwicklung von Bildungs- und Digitalstrategien.

## Inhalt

Executive Summary   Methodik der Digital Skills Austria IV Studie .....	3
0 Präambel.....	5
1 Stichprobenbeschreibung.....	6
2 Digital Skills, Technikbereitschaft und Nutzung Sozialer Medien – Allgemeine Skalen der Digital Skills Austria Studie .....	8
2.1 Die Messung von Digital Skills.....	10
2.2 Der yDSI-Wissenstest aus der Digital Skills Studie auf Grundlage der ySkills Erhebung 11	
2.3 Der Digitale Kompetenztest als zentrales Erhebungsinstrument.....	12
2.4 Technikbereitschaft: Akzeptanz, Angst und Kontrolle? .....	13
3 Nachrichten- und Informationskompetenz als zentrale Bausteine von Medienkompetenz und -nutzung.....	14
3.1 Mediennutzung.....	14
3.2 Nachrichten- und Informationskompetenz.....	14
4 Digital Skills Indicator and DigCert als ergänzende Modelle .....	16
4.1 Ein ergänzender Wissenstest: DigCert.....	16
4.2 Tätigkeiten als Ausgangspunkt für Fähigkeitsmessungen: DSI .....	17
5 Quellenverzeichnis .....	18
6 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	19

## 0 Präambel

Die *Digital Skills Austria*-Studie wird seit 2022 jährlich als Online-Access-Panel-Umfrage durchgeführt. Die Feldarbeit für die Erhebung wurde auch für die vierte Welle, die im Sommer 2025 realisiert wurde, vom Marktforschungsinstitut MarketAgent ([www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)) übernommen, während die Konzeption der Studie durch Forschende der Universitäten Salzburg und Linz erfolgte. Für die vierte Erhebungswelle wurde das Kernteam durch Forschende des öibf – des Österreichischen Instituts für Berufsbildungsforschung (Alexander Schmölz) – sowie durch die OeAD GmbH – die Österreichische Austauschdienst-Gesellschaft (Patrick Reisinger) – unterstützt. Dies ermöglicht den Vergleich der in der *Digital Skills Austria*-Studie entwickelten und eingesetzten Messmodelle mit anderen etablierten Instrumenten.

Die Idee, die *Digital Skills Austria*-Studie auf Grundlage eines Online-Access-Panels umzusetzen, geht auf Erfahrungen aus Umfrageprogrammen während der COVID-19-Pandemie zurück (siehe Prandner et al., 2023; Kvir & Prandner, 2026). In diesem Zeitraum war eine Vielzahl österreichischer Umfragestudien auf den Einsatz von Panels angewiesen, um Einblicke in die Verfasstheit der Bevölkerung zu gewinnen. Zudem wurden vermehrt Paneldesigns eingesetzt, bei denen dieselben Personen wiederholt befragt wurden, um neben Veränderungen auf Bevölkerungsebene auch individuelle Veränderungen erfassen zu können (siehe Kittel et al., 2021).

Der Begriff der Online-Access-Panel-Umfrage bezeichnet eine spezifische Form der Rekrutierung von Teilnehmenden für onlinebasierte Erhebungen sowie deren Kontaktierung. Dabei wird die Stichprobe nicht über bekannte, offline verfügbare Register wie das zentrale Melderegister, Wohnadresslisten oder Telefonverzeichnisse gezogen, sondern aus einem bestehenden, vom Marktforschungsinstitut kuratierten Pool an Personen rekrutiert. Diese wurden über unterschiedliche Kanäle für die Teilnahme an Umfragen gewonnen und stellen dem Institut Basisinformationen (z. B. demografische Merkmale) zur Verfügung, die es ermöglichen, gezielte Stichproben für definierte Grundgesamtheiten zu ziehen und zu entsprechenden Onlinebefragungen einzuladen.

Diese Vorgehensweise bietet mehrere strukturelle Vorteile, darunter eine vergleichsweise unkomplizierte Rekrutierung von Teilnehmenden, automatisierte Filterführungen zur Reduktion der Befragungsdauer, standardisierte Plausibilitätsprüfungen sowie geringere Erhebungskosten (Wagner-Schelewsky & Hering, 2022, S. 1056f.). Zudem werden bestimmte Fehlerquellen, etwa Interviewer:inneneffekte oder sozial erwünschtes Antwortverhalten, in diesem Befragungsmodus reduziert (Jedinger & Michael, 2022; Prandner & Röser, 2017).

Demgegenüber stehen Einschränkungen hinsichtlich der erreichbaren Teilnehmendengruppe, der sogenannten Auswahlgesamtheit (Schnell et al., 2013, S. 247, 271). So müssen potenzielle Studienteilnehmende nicht nur über einen Internetzugang verfügen, sondern auch bereits im Panel registriert sein (Kittel et al., 2021, S. 5). Trotz der weit verbreiteten Internetnutzung bestehen weiterhin Unterschiede zwischen der sogenannten Onlinebevölkerung – insbesondere jener, die aktiv an Online-Access-Panels teilnimmt – und der allgemeinen Wohnbevölkerung. Da sich die Studie jedoch mit digitalen Fähigkeiten und der Nutzung digitaler Technologien beschäftigt, können diese Effekte unter der Voraussetzung vernachlässigt werden, dass die Ergebnisse entsprechend eingeordnet werden: Die getroffenen Aussagen beziehen sich auf die österreichische Onlinebevölkerung ab 16 Jahren und nicht auf die Gesamtbevölkerung Österreichs. Vor diesem Hintergrund stellt die Stichprobenziehung einen mehrstufigen Prozess dar, bei dem unterschiedliche Herausforderungen berücksichtigt werden müssen. Diese sind schematisch in Abbildung 1 im folgenden Kapitel 1 dargestellt.

Dieser Teilbericht gliedert sich in vier Abschnitte: Das erste Kapitel beschreibt die Stichprobe der *Digital Skills Austria*-Studie 2025 und zeigt die Struktur des Samples. Anschließend folgt ein Abschnitt zur Modellierung digitaler Fähigkeiten, Kenntnisse und Kompetenzen sowie zu Einstellungen gegenüber digitalen Technologien. Darauf aufbauend wird die Mediennutzung sowie die Messung von Medienkompetenz behandelt. Der abschließende Abschnitt stellt kurz Modelle aus anderen Studien vor, darunter das *DigComp*-Modell zur Erfassung digitalen Wissens sowie das *DSI*-Modell der *Eurostat*-Erhebungen zur Erfassung digitaler Aktivitäten. Das zentrale Modul zum Thema Desinformation wird in einem eigenen Bericht (Grünangerl & Prandner, 2026a) detailliert behandelt und auch aus inhaltlicher Perspektive vorgestellt. Daher ist es nicht Teil dieses Berichtes.

## 1 Stichprobenbeschreibung

Wie einleitend beschrieben, wurde für die Studie das Online-Access-Panel von *Marketagent* herangezogen. Dieses umfasste laut Panelbook im Jahr 2025 für Österreich knapp 154.500 Personen (Marketagent, 2025, S. 10) und ist von der International Organization for Standardization (ISO 20252) zertifiziert. Mit dieser Zertifizierung geht einher, dass Marketagent die Daten seiner Teilnehmer:innen strikt schützt und ausschließlich für (Markt-)Forschungszwecke nutzt, nicht jedoch beispielsweise für Marketing- oder Werbemaßnahmen (Marketagent, 2025).

Diese rund 154.000 Personen stellen die sogenannte Auswahlgesamtheit des Online-Access-Panels dar, aus der die endgültigen Stichproben für alle Studien des Unternehmens gezogen werden (zu den Begrifflichkeiten siehe u. a. Schnell et al., 2013, S. 261 ff.). Die Rekrutierung der Panelteilnehmenden erfolgt seitens *Marketagent* über verschiedene Kanäle und Initiativen (Marketagent, 2025, S. 3). Potenzielle Teilnehmende werden beispielsweise über Fernsehwerbung, Plakatkampagnen und Inserate in Zeitschriften angesprochen, um ein möglichst breites Spektrum zu erreichen. Nach der Registrierung bietet *Marketagent* unterschiedliche Anreize (Incentives) für die Teilnahme an Umfragen. Diese reichen von Gutscheinen bis hin zu monetären Vergütungen für einzelne Interviews. Die Qualität des Online-Access-Panels kann insgesamt als hoch eingeschätzt werden.

Dennoch ist zu berücksichtigen, dass diese Form der Rekrutierung keine vollständige Zufallsauswahl darstellt. Vielmehr liegt eine Selbstselektion derjenigen Individuen vor, die sich für das Panel registrieren, was die Verteilungen innerhalb des Panels beeinflussen kann. Laut Panelbook von *Marketagent* sind beispielsweise knapp 59 % der Panelteilnehmenden weiblich; insbesondere in den Altersgruppen unter 50 Jahren sind Frauen überproportional vertreten (Marketagent, 2025, S. 12).

Vor diesem Hintergrund wird jährlich gemeinsam mit *Marketagent* ein sogenannter Quotenplan erstellt, sodass die angestrebte Stichprobe von 2.000 Personen die Struktur des Mikrozensus des jeweiligen Erhebungsjahres möglichst gut abbildet. Entsprechend kann die Stichprobe als strukturgleich mit der onlineaktiven Bevölkerung Österreichs ab 16 Jahren betrachtet werden. Da jedoch die Auswahlwahrscheinlichkeiten an mehreren Stellen – sowohl bei der Rekrutierung in das Panel als auch bei der Ziehung der Stichprobe – nicht für alle Personen der Grundgesamtheit (d. h. alle onlineaktiven Personen mit Wohnsitz in Österreich) gleich sind, ist der Begriff der Repräsentativität im strengen statistischen Sinne nicht angemessen. Diese würde eine einfache Zufallsauswahl mit eindeutiger Ziehungswahrscheinlichkeit voraussetzen (Schnell, 1993 und Schnell et al., 2013).

Tabelle 1: Stichprobeneigenschaften im Vergleich der vier Wellen. Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentsummen von 100% abweichen. Es wurde kaufmännisch gerundet, daher sind in einzelnen Bereichen Abweichungen von 100% möglich. Digital Skills Austria Welle 4/2025: n=2307; Welle 3/2024: n=2302; Welle 2/2023: n=2087; Welle 1/2022: n=2318

	Verteilung 2025	Verteilung 2024	Verteilung 2023	Verteilung 2022
Alter (Durchschnitt)	49 Jahre	47 Jahre	46 Jahre	46 Jahre
16 bis 30	16 %	22 %	26 %	24 %
31 bis 45	29 %	26 %	25 %	26 %
46 bis 65	38 %	36 %	33 %	33 %
66 +	17 %	16 %	16 %	17 %
Bildung (Max Sekundarstufe I)	59 %	61 %	62 %	68 %
Bildung (Matura/gleichwertig)	21 %	21 %	21 %	19 %
Bildung (Univ./Hochschule)	20 %	17 %	17 %	11 %
Männer	47 %	48 %	49 %	49 %
Frauen	53 %	52 %	51 %	51 %
Einkommen (Netto, Median)	€ 2.300	€ 2.200	€ 2.100	€ 1.800

Betrachtet man die Struktur der im Jahr 2025 im Rahmen der vierten *Digital Skills Austria*-Studie realisierten Stichprobe, so zeigt sich, dass das durchschnittliche Alter der Befragten bei 49 Jahren liegt. Hinsichtlich des Bildungsniveaus weist knapp 60 % der Befragten einen Pflichtschulabschluss auf, während jeweils etwa ein Fünftel entweder die Sekundarstufe II abgeschlossen hat oder über einen Hochschulabschluss verfügt. Der Frauenanteil in der Stichprobe beträgt 53 % und liegt damit leicht über jenem der Männer. Das mediane monatliche Nettoeinkommen pro Person beläuft sich in der Stichprobe auf 2.300 €.

Vergleicht man diese Daten mit den Informationen der Statistik Austria ist davon auszugehen, dass die Datenlage die Struktur der Bevölkerung und auch die Veränderungen der letzten Jahre gut abbildet. So zeigt die Statistik Austria (2026b), dass die persönlichen Einkommen zwischen 2023 und 2025 im Median um ca. 7% bis 8% stiegen, was im Bereich der Steigerung in der Stichprobe liegt (siehe Tabelle 1). Ebenso bildet der Zuwachs bei Personen mit tertiären Bildungsabschlüssen über die Jahre der *Digital Skills Austria* Studie die strukturellen Veränderungen in der Gesellschaft ab, wo die Statistik Austria (2026c) kontinuierlich einen Anstieg an Bildungszertifikaten berichtet. Die Zunahme des Überhangs an Frauen stellt eine typische Entwicklung bei Umfragen dar, die Abweichung zur Grundgesamtheit, die von 51% an Frauen und 49% an Männern in Österreich ausgeht, ist jedoch noch immer innerhalb der üblichen Schwankungsbreite. Personen, die sich einem anderen Geschlecht zuordnen, sind nicht in einem statistisch erfassbaren Ausmaß in den Stichproben vertreten. Wie in Abbildung 1 illustriert wird, kann also davon ausgegangen werden, dass durch die quotierte Stichprobe und die geringen Abweichungen zur Grundgesamtheit eine Verallgemeinerung der Ergebnisse möglich ist und sehr hohe Datenqualität erreicht wurde. Für eine Detaildiskussion siehe u.A. Prandner et al. (2024), wo Nutzbarkeit von Onlineaccess-Panels für die Rekrutierung von Bevölkerungsstichproben diskutiert wurde oder Prandner und Seymer (2023) sowie Prandner (2022), da in diesen Beiträgen die Qualität von Stichproben aus dem *Marketagent*-Panel im Detail beleuchtet wurde.

Insgesamt nahmen an der vierten Welle der *Digital Skills Austria*-Studie nach Bereinigung der Daten um unplausible Fälle 2.307 Personen teil und bearbeiteten den Fragebogen im Erhebungszeitraum zwischen dem 01.08.2025 und dem 25.08.2025. Von diesen Befragten konnten 1.233 Personen bereits in Welle 3 erreicht werden, 759 in Welle 2 und 577 in Welle 1.

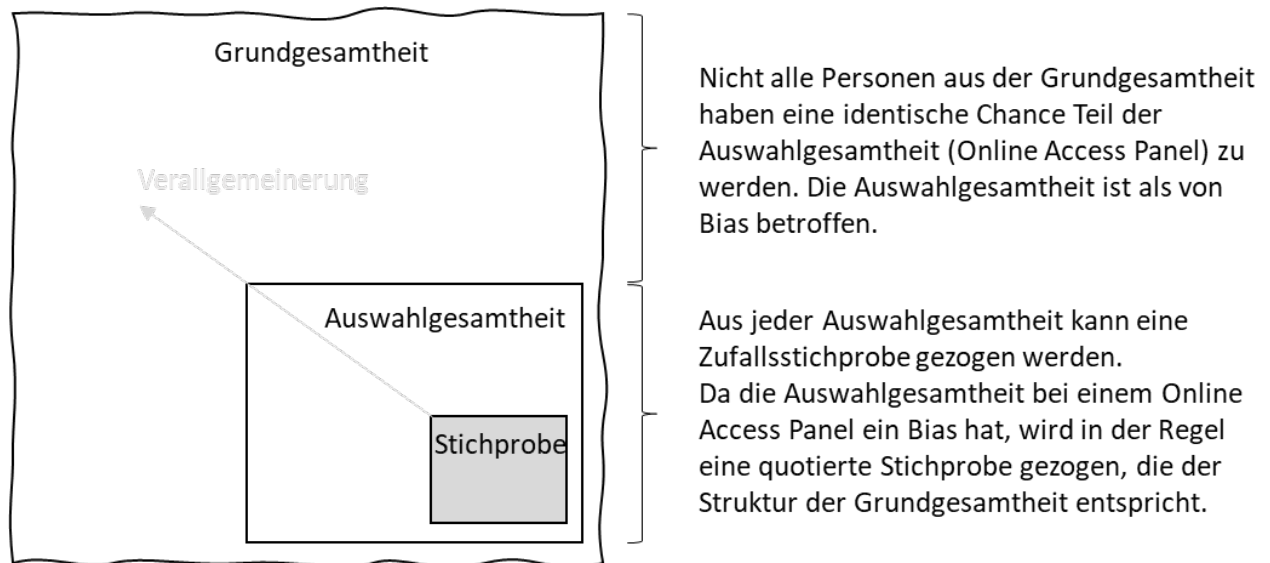


Abbildung 1 - Verhältnis von Stichprobe zur Grundgesamtheit (eigene Darstellung; von Prandner & Seymer, 2024, S. 487)

## 2 Digital Skills, Technikbereitschaft und Nutzung Sozialer Medien – Allgemeine Skalen der Digital Skills Austria Studie

Der Fragebogen der vierten *Digital Skills Austria* Studie basiert in eingeschränktem Ausmaß auf den Erhebungsinstrumenten der Jahre 2022 bis 2024, wurde aber substanziell überarbeitet, um weitere Messungen digitaler Handlungsfähigkeit (siehe Grünangerl & Prandner, 2026a, Messmodelle im Vergleich) und den Themenbereich der Desinformationsforschung (Grünangerl & Prandner, 2026b) aufgreifen zu können, die von den Auftraggebern der RTR GmbH und OeAD GmbH gewünscht waren.

Die darauffolgende Fragebogenentwicklung geschah iterativ zwischen Mai und Juni 2025, wobei das Kernteam bei dieser Arbeit von Alexander Schmözl unterstützt wurde, um Skalen aus dem Bereich der *Eurostat*-Erhebungen zum *DSI – Digital Skills Indicator* – und zum Wissenstest *DigCert* von *Fit4Internet* für den Einsatz in der vierten *Digital Skills Austria* Erhebung aufzubereiten. Die Studienautor:innen danken Ulrike Domany-Funtan für die freundliche Bereitstellung eines Auszugs der *DigCert*-Items. Die Beschreibung dieser Instrumente ist im Teilbericht, der die Messmodelle vergleicht (Grünangerl & Prandner, 2026a) zu finden. Zusätzlich wurde mit Beteiligung von Forschenden der Universität Salzburg – Thomas Steinmaurer und Corinna Peil – und Alexander Schmözl der digitale Kompetenztest, der in den *Digital Skills Austria* Studien 2023 und 2024 zum Einsatz kam, deutlich erweitert. So konnten statt 13 nunmehr 30 Aufgaben formuliert werden, die von Teilnehmenden zu lösen waren.

Für die Messungen im Bereich der Desinformation und Falschinformation kam es zur Entwicklung eines Wissenstest, der sich an den bisherigen Wissenstests, die im Rahmen der *Digital Skills Austria* Studien eingesetzt wurden (*Digital Knowledge Test* von Helsper et al., 2021 und *AI Awareness Test* von Kennedy et al., 2023) orientierte und mit 14 Beispielen aus der medialen Berichterstattung das Wissen über Falsch- und Desinformation verfolgte.

Weite Teile der Fragebogenerarbeitung konnten durch die Nutzung von etablierten Skalen, die im Zuge der Literaturrecherche identifiziert wurden, international anschlussfähig gemacht werden. Nach Pre-Test und Feedbackschleifen wurde eine redigierte Version des Fragebogens zusammengestellt. Diese wurde anschließend an die Firma *Marketagent* im Juli 2025 übergeben, die daraufhin einen inhaltlichen Pre-Test machte und den Fragebogen dann programmierte. Im Anschluss erfolgten zwei Runden weiterer Pre-Tests, bei denen im ersten Schritt Funktionalität und Umfang getestet wurden und in einem abschließenden Schritt eine Qualitätskontrolle erfolgte. Datenerhebung fand wie im ersten Abschnitt beschrieben im August 2025 statt.

Insgesamt besteht der Fragebogen aus 113 Teilelementen mit ca. 250 Klicks pro befragter Person (siehe Abbildung 2), wobei das Schwerpunktthema die Messung des Wissens zu und die Einstellungen hinsichtlich fehlerhafter Information (Desinformation und Falschinformation) war, was um die etablierten Messinstrumente zu digitalen Fertigkeiten (*Skills*), des digitalen Wissens (*Knowledge*) und der digitalen Kompetenzen (*Competencies*) der Österreicher:innen sowie jene zu den Einstellungen zu und ihrer Akzeptanz von digitalen Medientechnologien ergänzt wurde. Diese Messungen werden über Fragen zur Motivation und zum Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten erweitert, die auf der Kurzskala zur Messung der Technikbereitschaft (Neyer et al., 2012, 2016) aufbaut. Dort werden die Einstellungen der Österreicher:innen im Hinblick auf ihre Akzeptanz bzw. Skepsis gegenüber technischen Neuerungen (Technikakzeptanz) abgefragt, die Einschätzung der eigenen Kompetenz im Umgang mit digitalen Technologien (Technikkompetenzüberzeugungen) vertieft, sowie der Frage nachgegangen, inwiefern die Befragten glauben, selbst die Kontrolle über diese Technologien behalten zu können (Technikkontrollüberzeugungen). Zusätzlich enthielt die Umfrage ausgewählte Elemente des *DigCert*-Instruments von *Fit4Internet* und eine 1:1 Replikation der Fragestellungen des *DSI*, der im Rahmen von Umfragen der *Eurostat* eingesetzt wird. Aufgrund der Menge an Fragestellungen und des Panelcharakters der Umfrage war es notwendig als auch möglich sogenannte Splits – also Pfade mit bestimmten Fragestellungen vorzugeben. Für den Konkreten Ablaufplan der Umfrage siehe die folgende Abbildung 2.

### Fragebogen 2025: Aufbau Gesamt: 113 Fragen, 9 Abschnitte, Split a: 248 Ticks, Split b: 259 Ticks

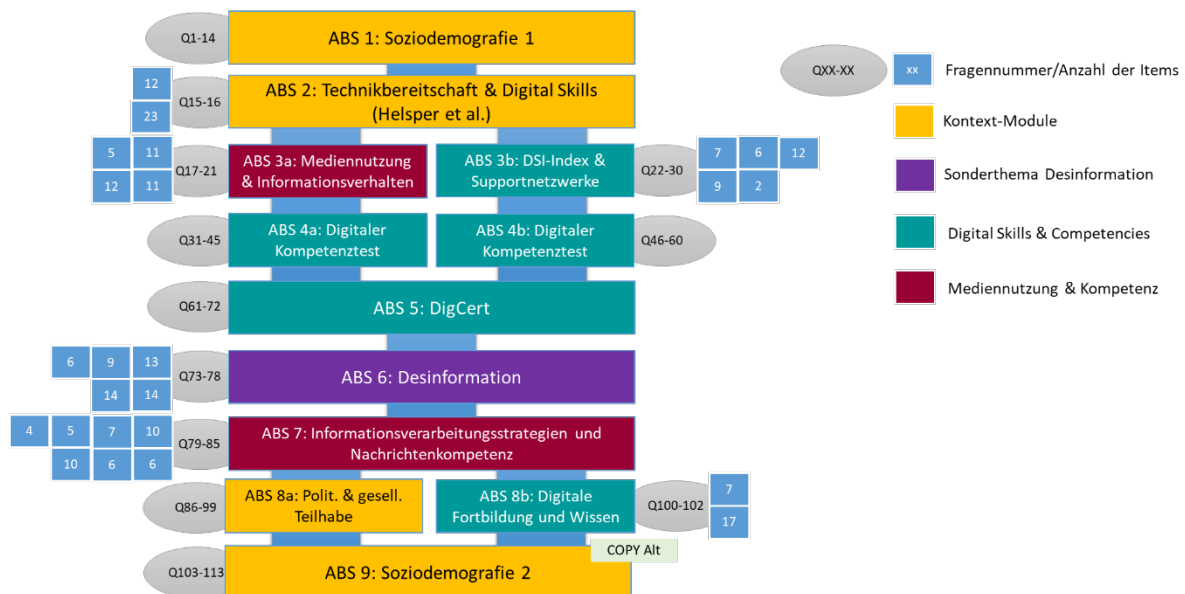


Abbildung 2 - Fragebogenaufbau, Digital Skills IV (eigene Darstellung)

## 2.1 Die Messung von Digital Skills

Analog zu den Vorjahren beurteilen die Befragten ihre *Digital Skills* grundsätzlich in der Abfolge Anwendung, Orientierung, Kommunikation und Produktion. Entsprechend der Komplexität und der historischen Entwicklung dieser vier Faktoren ist weiterhin, wie auch in den Vorjahren, davon auszugehen, dass diese Abfolge einen aufsteigenden Kenntnisstand mit sich bringt: Nur jene befragten Österreicher:innen sollten in der Lage sein Inhalte zu produzieren, die auch die anderen drei Skillsbereiche vorweisen können. Analog gilt dies für *Skills* aus dem Bereich Kommunikation und Interaktion. Diese sind nur dann vorhanden, wenn bereits davon ausgegangen wird, dass Anwendungs- und Orientierungs-*Skills* vorliegen. Die anderen Stufen funktionieren analog.

Eine entsprechende Abfolge wird als Guttman-Skalierung bezeichnet, die auf dem Konzept einer Stufenleiter beruht: Nur wenn eine Frage auf eine bestimmte Art beantwortet wird, kann die nächste Stufe der Skala erreicht werden. Demzufolge ergeben sich die fünf beschriebenen Stufen bzw. Gruppen (Stufe 0 bis Stufe 4). Diese Abfolge der in der Literatur identifizierten Ebenen für Digital Skills ließ sich in den *Digital Skills Austria* Studien seit 2022 belegen, wo jeweils mehr als 90% der Befragten auf diesen Stufenleitern verortet werden konnten.

Aufgrund dessen, dass in der vierten *Digital Skills Austria* Studie unterschiedliche Messmodelle zur Bestimmung digitaler Fähigkeiten eingesetzt wurden, musste zur Entlastung der Befragten der Umfang der *Digital Skills* Skala eingeschränkt werden und es konnten nur 22 der 39 Originalvariablen<sup>1</sup> der Skala abgefragt werden und aus diesen vier sogenannte latente Faktorvariablen abgeleitet. Im Anschluss werden diese dichotomisiert und es wird auf Grundlage des Guttman Verfahrens festgestellt, ob diese in eine Reihenfolge für die Stufenleiter zu bringen sind.

Der erste Schritt besteht in der Überprüfung der Reliabilität der Variablen auf Grundlage von Cronbachs Alpha. Darauf aufbauend wird mittels Faktorenanalyse bestimmt, ob sich die theoretischen Dimensionen extrahieren lassen. Dabei wird auf extrahierte Varianz und Erfüllung des KMO-Kriteriums für Stichprobeneigung geachtet. Für das Vorgehen wird eine Extraktionsschwelle von 60% Varianz der Ursprungsvariablen und ein KMO-Wert von zumindest 0,7 als Gütekriterium fixiert.

Die anschließende Dichotomisierung der vier latenten Faktorvariablen teilt die Befragten in jene ein, die die jeweiligen digitalen Fertigkeiten bei sich als (sehr) zutreffend vorhanden sehen und jenen, die diese Einschätzung nicht teilen. Die Aufsummierung positiver Einschätzungen führt schlussendlich zur Stufenleiter.

Dieses Vorgehen hat in den Studien 2022 bis 2024 einen Reproduktionskoeffizienten über den notwendigen 90% ergeben, dieses sehr gute Ergebnis konnte 2025 erneut bestätigt werden.<sup>2</sup> Die Kennwerte für die einzelnen Kernbereiche sind in der folgenden Tabelle zu finden. Alle Berechnungen wurden mit der Software IBM SPSS Statistics (Version 31) umgesetzt, wobei die Varianzextraktion mittels Hauptkomponentenanalyse nach dem Eigenwertkriterium erfolgte. Alle Kennzahlen zu dem beschriebenen Prozess sind in den folgenden Tabellen zu finden.

---

<sup>1</sup> Ein Item, „Ich kann eine Programmiersprache (z.B. XML, Python) anwenden.“, wurde wie bereits 2022-2024 auch dieses Jahr aus den Berechnungen auf Grund fehlender statistischer Eignung ausgeschlossen. Der Faktor Digital Skills Technik & Anwendung wurde ohne dieses Item berechnet.

<sup>2</sup> Verfahren: Guttman Skalierung, Reproduktionskoeffizient nach Loevinger 0,921; Reproduktionskoeffizient nach Goodenough & Edwards 0,913. Der für eine Guttman-Skalierung notwendige Reproduktionskoeffizient von 0,9 wird somit überschritten (Bacher, 1990).

Tabelle 2: Digital Skills Bereiche - Kennzahlen der Faktorenanalyse (eigene Berechnungen); Bei Varianz: gerundete Werte

Skillbereich (Fallzahl n in Klammer)	Anzahl an Items	Reliabilität (Cronbachs Alpha)	Extrahierte Varianz	KMO-Wert
Technik & Anwendung (n=2178)	6	0,894	65 %	0,906
Informationssuche und -verarbeitung (n=2183)	6	0,892	65 %	0,909
Kommunikation & Interaktion (n=2151)	6	0,895	66 %	0,911
Inhaltsproduktion (n=2138)	4	0,865	71 %	0,814

## 2.2 Der yDSI-Wissenstest aus der Digital Skills Studie auf Grundlage der ySkills Erhebung

Im Kontext mit digitaler Handlungsfähigkeit wird in der *Digital Skills Austria* Studie auch das tatsächliche Wissen über die Funktionsmechanismen digitaler Medientechnologien erhoben, das in Form von Aussagesätzen erfasst wird. Das 2022 und 2025 in eingesetzte Erhebungsinstrument für digitales Wissen orientiert sich am *Digital Knowledge Instrument* der yskills Studie von Helsper et al. (2021, S. 61 und 43ff.; siehe hierzu auch Waechter et al., 2021), wobei es in beiden Fällen die dort verwendeten zwölf Items um fünf weitere Fragestellungen erweitert, die durch das Digital Skills Austria Team entwickelt wurden.

So decken die 12 Items von Helsper et al. (2021) weitestgehend die Fertigungsmessungen der *Digital Skills* Selbsteinschätzungen ab und umfassen Informationssuche als auch -verarbeitung, Kommunikation und Interaktion sowie die Inhaltsproduktion. Die fünf weiteren Items sich mit der Funktionsweise des digitalen Raums, insbesondere der Funktionsweise von Algorithmen auseinandersetzen, und somit Kontextvariablen darstellen (Grünangerl & Prandner, 2022).

Hinsichtlich des Erkenntnisgewinns ist es das Ziel des Wissenstests sichtbar zu machen, inwiefern sich die Österreicher:innen die Konsequenzen von Such- und Darstellungsalgorithmen bzw. von kommerziellen Interessen und Verzerrungen im Hinblick auf das ihnen zur Verfügung stehenden Informationsangebot bewusst sind und diese verstehen.

Methodisch ist der Wissenstest der klassischen Testtheorie entsprechend mit einer konstanten Anzahl an Antworten auf die Fragen sowie Ausweichkategorien gestaltet worden, wodurch eine konstant gleichbleibende Wahrscheinlichkeit für korrekte Antworten gegeben ist und der Schwierigkeitsgrad als konstant gesehen werden kann.

Die Berechnungen zeigen, dass im Durchschnitt 8 von 17 Aufgaben von den Befragten gelöst werden konnten und der KR-20-Score für Reliabilität als gut eingestuft werden kann. Details zum Test werden in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Tabelle 3: Digitaler Wissenstest - Kennzahlen des Summenindex korrekter Antworten (eigene Berechnungen)

Digitaler Wissenstest (Fallzahl n in Klammer)	Anzahl an Items	Reliabilität (KR20)	Median	Mean
Summenscore korrekter Antworten (0-17, n=1098)	17	0,840	8	7,7

## 2.3 Der Digitale Kompetenztest als zentrales Erhebungsinstrument

Der Digitale Kompetenztest der Digital Skills Austria Studien wurde von dem Team 2023 entwickelt und 2024 validiert und leichten Anpassungen unterzogen. Ursprünglich wurde der Kompetenztest entwickelt, um die in der Studie 2022 festgestellten Unterschiede zwischen Wissen und berichteten Fertigkeiten genauer analysieren zu können und Einblicke in die Unterscheide zwischen Wissenstests und Selbstauskünften zu bekommen.

Entsprechend zielt der Test auf die Beantwortung der Frage ab, inwiefern Studienteilnehmende in der Lage sind, ihre digitalen Fertigkeiten zielgerichtet zur Lösung von Problemen einzusetzen und einen kompetenten Umgang mit digitalen Technologien zu zeigen (Grünangerl & Prandner, 2023, S. 21-22).

Auch für diesen Test wurde die klassische Testtheorie als Ausgangspunkt gewählt, wobei alle Aufgaben sechs konkrete inhaltliche Lösungsvorschläge enthielten, von der nur eine Angabe korrekt war. Zusätzlich kam jeweils als sechste Antwort eine Angabe hinzu bei Befragten angeben, dass keine der Lösungen korrekt ist und eine finale Antwortmöglichkeit, die den Befragten die Möglichkeit gibt, zuzugeben eine Aufgabe nicht lösen zu können. Durch dieses Vorgehen kann für jede die Wahrscheinlichkeit einer korrekten Lösung berechnet werden, alle Aufgaben haben methodisch eine Vergleichbare Schwierigkeit und Struktur. Dass die Aufgaben unterschiedliche inhaltliche Schwierigkeiten vorweisen, war vorab bekannt und geplant. Es sollte sichergestellt werden, dass die Breite an Anwendungsmöglichkeiten und Szenarien berücksichtigt werden kann.

Nachdem der ursprüngliche Kompetenztext 2023 mit 13 Aufgaben konzipiert wurde, wurde für 2025 entschieden, diesen Kompetenztest auf 30 Aufgaben auszubauen und in 2 Gruppen mit jeweils 15 Kompetenzmessungen zu teilen, damit Panelteilnehmende auch neue Aufgaben in diesem Jahr bearbeiten können. Zusätzlich wurde kontrolliert, ob die Beispiele weiterhin dem Thema adäquat sind oder nicht (Inhalte, genutzte oder referenzierte Tools und Plattformen). Vor diesem Hintergrund kam es bei 2 Aufgaben aus den alten Kompetenztest-Repertoire zu einer Überarbeitung. Die Aufgaben wurden wie bereits in der Vorjahre auch 2025 Studierenden aus sozialwissenschaftlichen Disziplinen (u.A.: Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Sozialwirtschaft) in mehreren Seminaren und Lehrveranstaltungen der Johannes Kepler Universität Linz und der Paris Lodron Universität Salzburg vorab Pre-Tests unterzogen. Zusätzlich kam es im Team zu Expert:innenberurteilungen und Diskussionen in der Forschungsgruppe und mehreren Kontrollschleifen, um Antworten und Struktur der Aufgaben für einen Onlinetest zu fixieren.

Diese Informationen zeigen wir komplex die Erstellung des Kompetenztests ist und welche Herausforderungen auftreten, bei Entwicklung und Umsetzung.

Die Kennwerte des Kompetenztests zeigen, dass beide Varianten der Kompetenzmessung ähnliche Verteilungen und vergleichbare Reliabilitätswerte aufzeigen. Dennoch zeigt eine Detailbetrachtung, dass die Teilnehmer:innen, die Test-Variante B erhalten haben, leicht, aber doch signifikant schlechter abgeschnitten haben als jene die Test-Variante A zu bearbeiten hatten (T-Test für unabhängige Stichproben:  $p < 0,01$ ; mittlere Differenz: 1,24). Test-Variante A führte im Mittelwert (Mean) zu 6,5 (Median: 6) korrekt gelösten Aufgaben, B zu 5,3 (Median: 5). Der T-Test für unabhängige Gruppen zeigt auch, dass die Varianzen, also Verteilung der Anzahl an korrekt gelösten aufgaben sich unterscheidet (Levene Test für Varianzhomogenität:  $p < 0,01$ ).

Tabelle 4: Digitaler Kompetenztest - Kennzahlen des Summenindex korrekter Antworten (eigene Berechnungen)

Digitaler Kompetenztest (Fallzahl n in Klammer)	Anzahl an Items	Reliabilität (KR20)	Median	Mean
Summenscore Test Variante A (0-15, n=1199)	15	0,826	6	6,5
Summenscore Test Variante B (0-15, 1108)	15	0,765	5	5,3
Summenscore Test Variante A oder B (0-15, n=2307)	15	-	6	5,9

## 2.4 Technikbereitschaft: Akzeptanz, Angst und Kontrolle?

Nachdem sich in den vergangenen drei Wellen der *Digital Skills Austria* Studie die Relevanz von Technikbereitschaft als zentrale erklärende Größe für digitale Fertigkeiten (*Skills*) und Kompetenzen gezeigt hat und auch im Kontext weiterführender Analysen zur Diskussion von Künstlicher Intelligenz weitreichende Einblicke bot, wurde sie auch im Rahmen der vierten *Digital Skills Austria* Studie erneut erhoben.

Als Messinstrument diente in der Erhebung erneut die 12-teilige Kurzskala zur Messung der Technikbereitschaft von Neyer et al. (2012, 2016). Diese in der sozialwissenschaftlichen Digitalisierungsforschung vielfach getestete Skala erweist sich hinsichtlich ihrer Skalenlänge als praktikabel, da sie Befragte nicht kognitiv überfordert – es dauert nicht besonders lange, die Angabe-  
texte zu lesen, und gleichzeitig wird in der Formulierung auf differenzierte Begriffe zurückgegriffen. Entsprechend können die drei Kerndimensionen – Technikakzeptanz, Techniküberforderung und Technikkontrollüberzeugung – die von Neyer et al. (2012) besprochen werden, mit ausreichender Differenzierung erfasst werden.

Diese drei Dimensionen bieten Informationen über die Einstellungen der Österreicher:innen im Hinblick auf ihre Akzeptanz bzw. Skepsis gegenüber technischen Neuerungen (Technikakzeptanz), die wahrgenommene eigene Kompetenz im Umgang mit digitalen Technologien (Techniküberforderung) und inwiefern die Befragten glauben, selbst über diese Technologien Kontrolle behalten zu können (Technikkontrollüberzeugungen). Alle zwölf Items wurden auf einer fünfstufigen Skala mit den Antwortoptionen „stimmt gar nicht“ (1), „stimmt wenig“ (2), „stimmt teilweise“ (3), „stimmt ziemlich“ (4) und „stimmt völlig“ (5) erhoben. Die drei Konstrukte zeigen auch in den Daten aus dem Jahr 2025 wieder sehr gute Kennwerte (siehe folgende Tabelle).

Tabelle 5: Technikbereitschaft; Kennzahlen der Faktorlösungen, eigene Berechnungen

Technikbereitschaft (Fallzahl n in Klammern)	Anzahl an Items	Reliabilität (Cronbachs Alpha)	Extrahierte Varianz	KMO-Wert
TB1 Technikakzeptanz (n=2162)	4	0,884	74 %	0,836
TB2 Techniküberforderung (n=2197)	4	0,879	73%	0,882
TB3 Technikkontrollüberzeugung (n=2176)	4	0,793	62 %	0,788

## 3 Nachrichten- und Informationskompetenz als zentrale Bausteine von Medienkompetenz und -nutzung

### 3.1 Mediennutzung

Für die Welle 4 wurden zentrale Mediennutzungssitems aus den Vorjahresbefragungen erneut erhoben, um Entwicklungen im Medien- und Informationsverhalten der österreichischen Online-Bevölkerung über die Erhebungswellen hinweg abbilden zu können. Die Mediennutzung wird dabei durch die Frage danach, welche Medien man in den letzten sieben Tagen genutzt hat, um sich über das aktuelle Geschehen zu informieren. Für weitere Analysen wurden die ursprünglich 13 Einzelitems zu sieben Nutzungsgruppen zusammengefasst: Qualitätsmedien (online/offline), Boulevardmedien (online/offline), Öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Privatrundfunk, Regionalmedien, Sogenannte Alternativmedien und keine Nachrichtennutzung. Dies ermöglicht in den Analysen damit eine kompakte Darstellung der Nutzung klassischer und digitaler Informations- und Kommunikationskanäle.

Wie bereits in den Vorjahren werden zudem die Gründe für die Nutzung sozialer Netzwerke erhoben. Auch diese werden analog zu den bisherigen Berichten mittels Faktorenanalyse gebündelt, um übergeordnete Nutzungsmotive sichtbar zu machen und ihre Zusammenhänge mit digitalen Fertigkeiten, kompetentem Problemlösen im digitalen Raum sowie Wissen über digitale Strukturen weiterführend analysieren zu können. An vielen Stellen der Analyse wird die Mediennutzung mithilfe von Dummyvariablen (in den vergangenen 7 Tagen genutzt oder nicht) eingesetzt.

Table 6: Social Media Nutzungsgründe; Kennzahlen der Faktorenlösungen, eigene Berechnungen

Social Media Nutzungsgründe (Fallzahl n in Klammern)	Anzahl an Items	Reliabilität (Cronbachs Alpha)	Extrahierte Varianz	KMO-Wert
Passive Soziale Netzwerknutzung (n=1922)	4	0,751	65 %	0,744
Aktive Soziale Netzwerknutzung (n=1922)	3	0,806		

### 3.2 Nachrichten- und Informationskompetenz

Zur vertiefenden Erfassung von Medien- und Informationskompetenz wurden in der vierten Welle der Digital Skills Austria Befragung 2025 mehrere Skalen, die bereits im Vorjahr berücksichtigt wurden, erneut herangezogen, um unterschiedliche Dimensionen des Umgangs mit Nachrichten und Informationen abzubilden. Die Systematik unterscheidet dabei zwischen Einstellungen zu Nachrichten und Informationen einerseits und Nachrichten- und Informationsaneignungsweisen andererseits. Alle Skalen bestehen aus mehreren Einzelitems, die mithilfe von Faktorenanalysen zu übergeordneten Indikatoren verdichtet wurden.

Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Nachrichten- und Informationskompetenz nicht allein über die Auswahl oder Intensität der Nachrichtennutzung beschrieben werden kann, sondern wesentlich durch die Art der Verarbeitung, Bewertung und Reflexion von Informationen bestimmt ist. Entsprechend werden in kommunikationswissenschaftlichen Zugängen zur Medienkompetenz häufig Aspekte der Medienselektion, der Medienwahrnehmung und der Reaktion auf mediale Inhalte berücksichtigt (vgl. hierzu exemplarisch Eberl, 2019; Prandner, 2010). Dazu zählt auch, inwiefern Informationen vor dem Hintergrund eigener Einstellungen und Weltbilder wahrgenommen und eingeordnet werden (vor allem im Teilbericht zur Desinformation wird dies unter

dem Stichwort „perception bias“ diskutiert). Gerade in einer zunehmend fragmentierten und personalisierten Medienumgebung ist es daher wichtig zu erfassen, ob Nachrichten aktiv gesucht, geprüft und reflektiert werden oder eher zufällig und algorithmisch vermittelt in die Wahrnehmung gelangen.

Die Dimension Einstellungen zu Nachrichten und Informationen umfasst mehrere Teilbereiche. Erstens wird das Vertrauen in die Nachrichtenberichterstattung berücksichtigt. Hierfür wurden die Befragten gebeten, ihr Vertrauen in die Medienberichterstattung zu fünf verschiedenen Themenbereichen (allgemein, Regierungsarbeit, Teuerung, Klimakrise, aktuelle kriegerische Konflikte) auf einer 11-stufigen Skala (von überhaupt nicht bis vollkommen) einzuschätzen. Auch hier kam eine Faktorenanalyse zur Indikatorbildung zum Einsatz. Dieser Indikator bildet ab, in welchem Ausmaß Befragte der Nachrichtenberichterstattung grundsätzlich Vertrauen entgegenbringen und stellt damit eine wichtige Kontextvariable für die Wahrnehmung und Bewertung journalistischer Informationen dar.

Zweitens wird die Glaubwürdigkeit von Informationen differenziert erhoben. Die entsprechenden Items erfassen, anhand welcher Merkmale Personen Informationen (eher) als glaubwürdig einschätzen. Die faktoranalytische Zusammenfassung unterscheidet zwei Muster. Der Faktor institutionalisierte Glaubwürdigkeit beschreibt eine Orientierung an etablierten und institutionell abgesicherten Quellen. Informationen gelten demnach eher als glaubwürdig, wenn sie von staatlichen oder institutionellen Akteur:innen verbreitet werden, in klassischen Nachrichtenformaten traditioneller Medienanbieter berichtet werden oder von einer wissenschaftlichen Mehrheit vertreten werden. Der Faktor mehrheitsbezogene Glaubwürdigkeit beschreibt demgegenüber eine stärker soziale bzw. popularitätsbezogene Orientierung. Informationen erscheinen hier eher glaubwürdig, wenn sie von vielen Menschen geteilt, von bekannten oder berühmten Personen verbreitet oder im eigenen sozialen Umfeld als glaubwürdig eingeschätzt werden.

Drittens werden Formen von Kritik und Reflexion als substanzielle Basis medienkompetenten Handelns erfasst. Dabei wird zwischen der Reflexion konkreter Nachrichteninhalte und der Reflexion des Mediensystems unterschieden. Die kritische Reflexion von Nachrichteninhalten basiert auf Items dazu, wie Personen Aussagen und Meinungen einordnen, mit denen sie im Zuge der Nachrichtennutzung konfrontiert werden. Dieser Indikator umfasst das Hinterfragen von Aussagen, das Vergleichen unterschiedlicher Informationsquellen sowie Anschlusskommunikation im sozialen Umfeld nach der eigentlichen Nachrichtenrezeption. Die kritische Reflexion des Mediensystems geht über einzelne Inhalte hinaus und richtet sich auf Strukturen, Akteur:innen und mögliche Verzerrungen des Mediensystems. Die hierfür verwendeten Items orientieren sich an Jones-Jang et al. (2021), die diesen Bereich als Bestandteil von *news literacy* fassen. Erfasst wird unter anderem, inwiefern Befragte mögliche Einflüsse von Eigentümer:innen, Politik oder wirtschaftlichen Interessen auf Berichterstattung wahrnehmen, ob sie Verzerrungen in der medialen Darstellung von Ereignissen erkennen und ob sie auch die eigene Rolle bei der Auswahl und Interpretation von Nachrichten berücksichtigen.

Die Dimension Nachrichten- und Informationsaneignungsweisen beschreibt unterschiedliche Formen der Nachrichtennutzung im Alltag. Grundlage bilden sieben Items, in denen die Befragten auf einer vierstufigen Skala angeben, wie häufig sie bestimmte Arten der Nachrichtennutzung praktizieren. Mittels Faktorenanalyse wurden diese Items zu zwei Indikatoren zusammengefasst. Die aktive Nachrichtenaneignung beschreibt eine gezielte, interessengetriebene und vertiefende Auseinandersetzung mit Nachrichteninhalten. Sie umfasst auch die aktive Suche nach Informationen, die nicht ausschließlich die eigene Meinung bestätigen, sondern unterschiedliche oder konträre Perspektiven sichtbar machen. Die passive Nachrichtenaneignung bezeichnet hingegen eine eher beiläufige oder zufällige Form der Nachrichtennutzung, bei der Nachrichten

häufig nur überflogen werden oder durch externe Selektionsmechanismen, etwa algorithmische Empfehlungen, angezeigt werden. Relevante Informationen werden hier weniger aktiv gesucht, sondern eher erwartet oder übernommen.

Zusammen ermöglichen diese Indikatoren eine differenzierte Beschreibung der Medien- und Informationskompetenz der österreichischen Online-Bevölkerung. Sie erfassen, wie Nachrichten angeeignet werden, woran Glaubwürdigkeit festgemacht wird und in welchem Ausmaß Inhalte, Quellen und mediale Strukturen kritisch reflektiert werden.

Tabelle 7: Bausteine der Medienkompetenz, Kennzahlen der Faktorenanalysen (eigene Berechnungen)

Medienkompetenz (Fallzahl n in Klammern)	Anzahl an Items	Reliabilität (Cronbachs Alpha)	Extrahierte Varianz	KMO-Wert
Vertrauen in die Berichterstattung (n=1141)	5	0,907	73 %	0,895
Glaubwürdigkeit 1: institutionalisierte Form (n=2307)	3	0,811	57 %	0,765
Glaubwürdigkeit 2: Mehrheitsorientierung (n=2307)	5	0,709	-	-
Kritische Reflexion (Medieninhalt) (n=2307)	5	0,781	54 %	0,800
Kritische Reflexion (Mediensystem, Medienkunde) (n=2307)	6	0,849	57 %	0,885
Aktive Medienaneignung (n=2307)	4	0,768	57 %	0,792
Passive Medienaneignung (n=2307)	3	0,520	-	-

## 4 Digital Skills Indicator and DigCert als ergänzende Modelle

### 4.1 Ein ergänzender Wissenstest: DigCert

Der *DigCert* Wissenstest wurde von *fit4internet* in Kooperation mit Forschenden und Expert:innen entwickelt und stellt ein standardisiertes Online-Instrument zur Messung digitaler Grundfähigkeiten in der österreichischen Bevölkerung dar. Inhaltlich basiert das als Wissenstest aufgebaute Instrument auf dem europäischen Referenzrahmen *DigComp*, bzw. dessen österreichische Version – dem *DigComp.at*.

Der Test erfasst Wissen in zentralen Kompetenzbereichen wie Informations- und Datenkompetenz, Kommunikation und Kollaboration, Erstellung digitaler Inhalte und Sicherheit, wobei er durchaus normativ geprägte Fragestellungen, z.B. zum Bereich nachhaltige Nutzung von digitalen Technologien umfasst. Die im Text eingesetzten Fragestellungen sind eine Reihe von Multiple-Choice-Items mit einer unterschiedlichen Anzahl an Antwortoptionen, wobei es für jede Frage eindeutig richtigen Antworten gibt und basierend auf der sogenannten Item-Response-Theorie versucht wird objektiv Wissen zu erfassen und nicht Selbsteinschätzungen oder Auskünfte über Tätigkeiten zu sammeln. Laut Angaben von *Fit4Internet* wird das Instrument in einem webbasierten Verfahren zur Wissensmessung eingesetzt und ein Durchlauf dauert in der Regel etwa 15–20 Minuten. Die Beantwortung der Fragen ermöglicht eine Zuordnung zu Kompetenzniveaus entlang des *DigComp*-Modells.

Für die *Digital Skills Austria* Studie 2025 wurden in Zusammenarbeit mit Alexander Schmözl, der das Instrument im Rahmen der Kooperation für die Digital Skills IV Studie für die Forschenden offen legen durfte, 12 Fragen aus dem Pool von *Fit4Internet* ausgewählt. Diese 12 Fragen decken alle sechs Kompetenzbereiche des *DigComp.at* ab. Aufgrund einer Vereinbarung mit *Fit4Internet*

dürfen die Fragen nicht im Originalwortlaut abgebildet oder ausgewertet werden. Im Gegensatz zur Messung mit dem Digital Skills Wissenstest, sind die Antwortoptionen flexibler im Aufbau (Siehe auch Teilbericht zum Modellvergleich; Grünangerl & Prandner 2026a).

Tabelle 8: DigCert - Kennzahlen des Summenindex korrekter Antworten (eigene Berechnungen)

DigCert Wissenstest (Fallzahl n in Klammer)	Anzahl an Items	Reliabilität (KR20)	Median	Mean
Summenscore korrekter Antworten (0-12, n=2307)	12	0,795	5	4,9

## 4.2 Tätigkeiten als Ausgangspunkt für Fähigkeitsmessungen: DSI

Das zweite Modell, das für die *Digital Skills Austria* Umfrage in Welle 4 aufgenommen wurde, um einen breiteren Modellvergleich zu ermöglichen ist der *Digital Skills Indicator (DSI)* von Eurostat. Dieses Instrument wurde für eine europaweit harmonisierte Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Haushalten entwickelt und in Österreich jährlich im Rahmen einer Umfrage erhoben (siehe: Statistik Austria, 2026a).

Dabei ist der *DSI* ein zusammengesetzter Indikator zur Messung digitaler Kompetenzen in der europäischen Bevölkerung. Er basiert auf Daten und dient als zentraler Referenzwert für die digitale Kompetenzentwicklung im EU-Kontext. Der *DSI* erfasst digitale Kompetenzen indirekt über tatsächlich ausgeführte Aktivitäten im Umgang mit digitalen Technologien. Dabei wird angenommen, dass die Durchführung bestimmter Online- oder Software-bezogener Tätigkeiten als Proxy für entsprechende Kompetenzen interpretiert werden kann.

In seiner aktuellen Version (*DSI 2.0*) umfasst der Indikator fünf Kompetenzbereiche, die sich am europäischen Referenzrahmen *DigComp* orientieren: Informations- und Datenkompetenz, Kommunikation und Kollaboration, Erstellung digitaler Inhalte, Sicherheit sowie Problemlösung. Für jeden Bereich werden auf Basis der Anzahl und Komplexität der ausgeführten Aktivitäten Kompetenzniveaus („basic“ und „above basic“) berechnet, aus denen ein aggregierter Gesamtindikator abgeleitet wird. Der Gesamtindikator klassifiziert Individuen schließlich in mehrere Kompetenzstufen (z. B. „no skills“, „low“, „basic“, „above basic“ bzw. „at least basic skills“) und ermöglicht damit sowohl ländervergleichende Analysen als auch die Beobachtung zeitlicher Entwicklungen digitaler Kompetenzen in Europa. Im Rahmen der *Digital Skills Austria* Studie 2025 zeigen sich folgende Kennwerte:

Tabelle 9: DSI - Kennzahlen des DSI-Scores (eigene Berechnungen)

DSI Scores (Fallzahl n in Klammer)	Anzahl an Items	Median	Mean	above basic	below basic
DSI communication & collaboration skills (0-6, n=1108)	6	4	3,5	91 %	3 %
DSI information & data literacy skills (0-6, n=1108)	6	3	2,9	83 %	8 %
DSI digital content creation skills (0-7, n=1108)	7	3	3,2	61 %	14 %
DSI safety skills (0-6, n=1108)	6	3	3,0	61 %	14 %
DSI problem solving skills (0-7, n=1108)	7	4	4,0	76 %	3 %
DSI Gesamtscore (0-31, n=1108)	32	17	16,6	38 %	27 %

## 5 Quellenverzeichnis

- Bacher, J. (1990). Einführung in die Logik der Skalierungsverfahren. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 15(3), 4–170.
- Eberl, J.-M. (2019). Lying press: Three levels of perceived media bias and their relationship with political preferences. *Communications*, 44(1), 5–32. <https://doi.org/10.1515/commun-2018-0002>
- Grünangerl, M., & Prandner, D. (2022). *Digital Skills Austria*. RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7333304>
- Grünangerl, M., & Prandner, D. (2023). *Digital Skills Austria 2023: Über die Bedeutung von Bildung für die Entwicklung von Digital Skills*. RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10061084>
- Grünangerl, M., & Prandner, D. (2026a). *Digital Skills Austria IV: Zur Topografie digitaler Handlungsfähigkeit in Österreich – Fertigkeiten, Tätigkeiten, Wissen und Kompetenzen im Dialog*. RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. <https://doi.org/10.5281/zenodo.20026232>
- Grünangerl, M., & Prandner, D. (2026b). *Digital Skills Austria IV: Resilienz gegenüber Desinformation und Falschinformation als Herausforderung demokratischer Öffentlichkeiten*. RTR – Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. <https://doi.org/10.5281/zenodo.20001497>
- Helsper, E., Schneider, L. S., van Deursen, A., & van Laar, E. (2021). *The youth Digital Skills Indicator: Report on the conceptualisation and development of the ySKILLS digital skills measure*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4608010>
- Jedinger, A., & Michael, T. (2022). Interviewereffekte. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 985–996). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8\\_65b](https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_65b)
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371–388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Kennedy, B., Tyson, A., & Saks, E. (2023). *Public awareness of artificial intelligence in everyday activities (Wave 119)*. Pew Research Center. [https://www.pewresearch.org/science/wp-content/uploads/sites/16/2023/02/PS\\_2023.02.15\\_AI-awareness\\_REPORT.pdf](https://www.pewresearch.org/science/wp-content/uploads/sites/16/2023/02/PS_2023.02.15_AI-awareness_REPORT.pdf)
- Kittel, B., Kritzing, S., Boomgaarden, H., Prainsack, B., Eberl, J.-M., Kalleitner, F., Lebernegg, N. S., Partheymüller, J., Plescia, C., Schiestl, D. W., & Schlogl, L. (2021). The Austrian Corona Panel Project: Monitoring individual and societal dynamics amidst the COVID-19 crisis. *European Political Science*, 20(2), 318–344. <https://doi.org/10.1057/s41304-020-00294-7>
- Kvir, N., & Prandner, D. (2026). Change of mode, change of bias? An analysis of changes in migrant survey participation following mode changes in the Austrian Social Survey (SSA) and the Austrian segment of the European Social Survey (ESS). *Survey Methods: Insights from the Field*. <https://doi.org/10.13094/SMIF-2026-00002>
- Marketagent. (2025). Panelbook Österreich 2025. <https://b2b.marketagent.com/media/2fzdbl04/marketagent-panel-book-2025.pdf>Marketagent.
- Neyer, F. J., Felber, J., & Gebhardt, C. (2012). Entwicklung und Validierung einer Kurzskala zur Erfassung von Technikbereitschaft. *Diagnostica*, 58(2), 87–99. <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000067>

- Neyer, F. J., Felber, J., & Gebhardt, C. (2016). Kurzska Technikbereitschaft (TB, technology commitment). *Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS)*. <https://doi.org/10.6102/ZIS244>
- Prandner, D. (2010). Die blinde Beobachterin? Die Kommunikation zwischen ORF und Politik aus Sicht der Öffentlichkeit [Unveröffentlichte Diplomarbeit]. Universität Linz.
- Prandner, D. (2022). Informationsverhalten und Glaubwürdigkeit von Medien in der Krise. In W. Aschauer, C. Glatz, & D. Prandner (Hrsg.), *Die österreichische Gesellschaft während der Corona-Pandemie* (S. 89–119). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-34491-7\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-658-34491-7_4)
- Prandner, D., & Röser, A. (2017). Questions of quality – Is data quality still tied to survey mode? *MedienJournal*, 41(3), 49–63. <https://doi.org/10.24989/medienjournal.v41i3.1494>
- Prandner, D., Seymer, A., & Weichbold, M. (2024). The new normal of online survey research: General population studies are going online. In R. Sooryamoorthy & V. Ojong (Hrsg.), *Researching the 'new normal' social world: Methodological adaptations and innovations post-pandemic* (S. 29–49). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003386087>
- Seymer, A., & Prandner, D. (2023). Über die Veränderungen der österreichischen Umfrageforschung während der Covid-19-Pandemie: Reflexion über die Rolle sozialer Surveys. *SWS-Rundschau*, 63(3), 276–292. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-93394-8>
- Schnell, R. (1993). Die Homogenität sozialer Kategorien als Voraussetzung für „Repräsentativität“ und Gewichtungungsverfahren. *Zeitschrift für Soziologie*, 22(1), 16–32. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-1993-0102>
- Schnell, R., Hill, P. B., & Esser, E. (2013). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (10. Aufl.). Oldenbourg.
- Statistik Austria. (2026a). *IKT-Einsatz in Haushalten*. <https://www.statistik.at/statistiken/forschung-innovation-digitalisierung/digitale-wirtschaft-und-gesellschaft/ikt-einsatz-in-haushalten>
- Statistik Austria. (2026b). *Allgemeiner Einkommensbericht*. <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/einkommen-und-soziale-lage/allgemeiner-einkommensbericht>
- Statistik Austria. (2026c). *Bildungsstand der Bevölkerung bzw. Bildungszertifikate*. <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bildung/bildungsstand-der-bevoelkerung>
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2019). Engaging with the other side: Using news media literacy messages to reduce selective exposure and avoidance. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(1), 77–86. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1572565>
- Wagner-Schelewsky, P., & Hering, L. (2022). Online-Befragung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 1051–1065). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8\\_70](https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_70)

## 6 Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1 - Verhältnis von Stichprobe zur Grundgesamtheit (eigene Darstellung).....	8
Abbildung 2 - Fragebogenaufbau, Digital Skills IV (eigene Darstellung).....	9

Tabelle 1: Stichprobeneigenschaften im Vergleich der vier Wellen. Aufgrund von Rundungen können einzelne Prozentsummen von 100% abweichen. Es wurde kaufmännisch gerundet, daher sind in einzelnen Bereichen Abweichungen von 100% möglich. Digital Skills Austria Welle 4/2025: n=2307; Welle 3/2024: n=2302; Welle 2/2023: n=2087; Welle 1/2022: n=2318

Tabelle 2: Digital Skills Bereiche - Kennzahlen der Faktorenanalyse (eigene Berechnungen); Bei Varianz: gerundete Werte.....	11
Tabelle 3: Digitaler Wissenstest - Kennzahlen des Summenindex korrekter Antworten (eigene Berechnungen).....	11
Tabelle 4: Digitaler Kompetenztest - Kennzahlen des Summenindex korrekter Antworten (eigene Berechnungen).....	13
Tabelle 5: Technikbereitschaft; Kennzahlen der Faktorenlösungen, eigene Berechnungen.....	13
Tabelle 6: Social Media Nutzungsgründe; Kennzahlen der Faktorenlösungen, eigene Berechnungen.....	14
Tabelle 7: Bausteine der Medienkompetenz, Kennzahlen der Faktorenanalysen (eigene Berechnungen).....	16
Tabelle 8: DigCert - Kennzahlen des Summenindex korrekter Antworten (eigene Berechnungen) .....	17
Tabelle 9: DSI - Kennzahlen des DSI-Scores (eigene Berechnungen) .....	17