



**Internationale Studie: „Life – Digitales Leben“, Datum: 25.02.2009**

Das Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien der Ludwig-Maximilians-Universität München hat unter der Leitung von Professor Dr. Thomas Hess in Zusammenarbeit mit der Strategieberatung „zehnvier“ eine Studie über die Digitalisierung der verschiedenen Lebensbereiche durchgeführt. Die Studie wurde gestern in Bonn, im Rahmen des Workshops „Erlebnis Digitaler Lifestyle“, veröffentlicht. Zentrales Ergebnis ist, dass die Digitalisierung und Vernetzung in allen Lebensbereichen zunimmt und vernetzten Anwendungen immer größere Bedeutung zukommt.

Über 10.000 Konsumenten aus sechs Ländern (Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Ungarn, USA und Südkorea) sowie ein Panel aus 56 Experten wurden für die Studie „LIFE – Digitales Leben“ befragt. Beide Gruppen sahen den Vormarsch der digitalen Vernetzung vor allem in den Bereichen Familie und Freunde, sowie Freizeit und Wohlbefinden. In den kommenden Jahren werden Kriterien wie intuitive Bedienbarkeit, Schnelligkeit und Personalisierung ausschlaggebend für den Erfolg von Produkten sein. Auch ein trendiges Design wird in Zukunft immer wichtiger.

Die Konsumenten wurden über sechs Teilbereiche ihres Alltags befragt: Freizeit Wohlbefinden, Familie Freunde, Arbeiten lernen, Materielles Finanzielles, Sicherheit, Gesellschaft Gemeinschaftsleben und Gesundheit Fitness. Die Studie untersucht den Umgang mit digitalen Medien und die detaillierte Vernetzung dieser Bereiche heute und in der Zukunft.

Für die deutschen Konsumenten sehen die wichtigsten Ergebnisse im Einzelnen wie folgt aus: für 85 Prozent ist der Umgang mit digitalen Medien bereits ein selbstverständlicher Bestandteil ihres Lebens. Für 64 Prozent erhöhen das heutige Internetangebot und technische Geräte ihre Lebensqualität. Die Hälfte der befragten deutschen Konsumenten ist Mitglied in einem internetbasierten Social Network. Für 56 Prozent ist es vor allem wichtig, dass digitale Angebote individuell und besonders auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Bereits 72 Prozent können sich eine Freizeit ohne Telekommunikation und Internet nicht mehr vorstellen. Auch für das Arbeitsleben wird die Digitalisierung immer wichtiger. 63 Prozent ist auf der Arbeit auf das Internet angewiesen. Auch das digitale Einkaufen wird mehr und mehr zum Alltag. 70 Prozent der Deutschen kaufen heute mehr online als vor drei Jahren. Aber nicht nur das online-Kaufen an sich nimmt zu. Die Konsumenten nutzen das Internet auch vermehrt, um sich vor einem Einkauf über Produkte zu informieren.

Experten und Konsumenten sind sich darüber einig, dass die Digitalisierung in den nächsten Jahren und Jahrzehnten in allen Lebensbereichen weiter voranschreiten wird.

URL: <http://www.visavis.de/modules.php?name=News&file=article&sid=15806>