



## Studie „Life – Digitales Leben“ in Bonn veröffentlicht

Mittwoch, 25. Februar 2009

(kk) Die digitale Vernetzung ist auf dem Vormarsch: die aktuelle internetrepräsentative Studie „Life – Digitales Leben“ zeigt international einen deutlichen Trend zu einer umfassenden Nutzung von digitalen Medien und einer Ausweitung der Vernetzung in alle Lebensbereiche auf.

Mehr als 10.000 befragte Konsumenten in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Ungarn, Südkorea und den USA sowie ein Panel von 56 Experten sehen diese Entwicklung besonders stark in den Bereichen Familie und Freunde, bzw. Freizeit und Wohlbefinden. Kernkriterien für erfolgreiche Produkte im Bereich digitale Vernetzung werden der Studie zu Folge in den kommenden Jahren vor allem intuitive Bedienbarkeit, Schnelligkeit und Personalisierung sein. Der mobile Zugriff gewinnt ebenso wie das trendige Design der Produkte weiter an Bedeutung. Konzipiert und realisiert wurde die Studie „Life – Digitales Leben“ von Professor Dr. Thomas Hess, Direktor des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien der Ludwig-Maximilians-Universität München in Zusammenarbeit mit der Strategieberatung zehnvier. Die zentralen Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen des Workshops „Erlebnis Digitaler Lifestyle“ in Bonn veröffentlicht.

Schwerpunkte der Studie liegen zum einen auf dem Umgang mit digitalen Medien heute und in Zukunft. Zum anderen analysiert die Studie detailliert die Vernetzung in den Lebensbereichen Freizeit & Wohlbefinden, Familie & Freunde, Arbeiten & Lernen, Materielles & Finanzielles, Sicherheit, Gesellschaft & Gemeinschaftsleben sowie Gesundheit & Fitness. Neben den Befragungsergebnissen der Konsumenten aus 6 Ländern zeigt die Studie durch Herausstellen der sogenannten „Digitalen Avantgarde“ auch, wie die digitale Zukunft besonders bei Trendsettern heute schon Realität ist. Zentrale Ergebnisse der Studie sind:

- Selbstverständlicher Umgang mit digitalen Medien – auch mobil: Für rund 85 % der befragten Deutschen ist der Umgang mit digitalen Medien bereits heute selbstverständlicher Bestandteil ihres Lebens. Mehr als 50 % der Befragten schätzen den mobilen Zugriff auf ihre technischen Geräte, bei der Digitalen Avantgarde sind es sogar 85 %.
- Vernetzung erhöht Lebensqualität, Lifestyle wird wichtiger: 64 % der befragten Deutschen sind der Ansicht, dass die heutigen Internetangebote und technischen Geräte ihre Lebensqualität erhöhen. Für 66 % der Digitalen Avantgarde ist es wichtig, trendige Endgeräte zu besitzen, für 62 % ist das Design genauso wichtig wie die technische Funktionalität.
- Wachstum bei Breitband und mobiler Vernetzung in Deutschland: Die Experten prognostizieren in Deutschland eine Verdopplung der Breitbandanschlüsse auf 36 Millionen bis 2015 und Datenübertragungsgeschwindigkeiten von teilweise mehr als 100 Mbit/s. Für die Anzahl der UMTS-Anschlüsse im Mobilfunk wird von den Experten eine Verdoppelung bis 2010 erwartet.
- Steigende Nutzung moderner Kommunikationsformen: 50 % der befragten Deutschen sind Mitglied in einem internetbasierten Social Network, in Großbritannien sind es 61 % und bei der Digitalen Avantgarde bereits 68 %. Rund ein Viertel der Deutschen, die Mitglied in einem privaten Social Network sind, tauscht so auch Fotos aus, in Südkorea sind es 47 % und bei der Digitalen Avantgarde sind es bereits jeweils 48 %.
- Konsumenten wollen einfache und personalisierte Angebote Mehr als 56 % der befragten Deutschen wünschen sich individuelle und auf ihre Interessen zugeschnittene Angebote, in Südkorea sind es mehr als 70 % der Befragten und bei der Digitalen Avantgarde sogar 84 %. Wichtig ist auch die einfache Nutzung: 79 % der Deutschen wünschen sich eine intuitive Bedienbarkeit.

Die Studie untersucht gezielt, wie intensiv die Vernetzung in diesen Lebensbereichen heute ist und welche Entwicklungen in der Zukunft zu erwarten sind. Obwohl die digitale Vernetzung in den meisten Lebensbereichen bereits weit fortgeschritten ist, sind sich Experten und Konsumenten darin einig, dass dieser Trend in allen sieben Lebensbereichen in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. Das größte Wachstumspotential sehen beide Gruppen in den Lebensbereichen Freizeit & Wohlbefinden, Familie & Freunde, Arbeiten & Lernen und Materielles & Finanzielles. Die Publikation der Studie wird von der Deutschen Telekom unterstützt. Der Bericht kann über die [Internetseite](#) abgerufen werden.