

# Digital-Life Studie 2022

Ist DIGITAL das  
neue NORMAL?



# Weshalb eine Digital-Life Studie?



## **Digitale Transformation**

Innovationen, die dafür sorgen, dass Strukturen aufgebrochen werden, gibt es nicht erst seit Corona. Digitale Transformation findet statt – es geht also nicht um die Frage ob, sondern wie schnell und wie stark.



## **Digitalisierung in der Versicherungsbranche**

Im Vergleich zu anderen Branchen hinken Versicherungen (noch) hinterher. Aber: Der Digitalisierungsgrad wird zunehmen, denn Kund:innen verlangen mehr denn je moderne, schnelle und einfache Produkte und Services.



## **Allianz als Vorreiter**

Digitalisierung schafft Modernisierung. Wir haben viel in die Digitalisierung des Unternehmens investiert – das macht sich bezahlt. Als Allianz wollen wir an Trends nicht nur partizipieren, sondern selbst „Game Changer“ sein.



## **Umfrage**

Digitale Geräte haben den Alltag erobert, die Pandemie befeuerte den Digitalisierungsschub. Aber wofür werden die Tools tatsächlich genutzt, wie sehr vertrauen wir ihnen, wie beeinflussen sie unsere Lebensqualität?

Vergleiche mit einer Studie aus 2016 zeigen langfristige Entwicklungen auf.

# Trends und Erkenntnisse

Das digitale Leben ist zur **alltäglichen Selbstverständlichkeit** geworden. Die Pandemie-Zeit erwies sich dafür als echter Turbo.

Smartphones, Apps und Social Media beeinflussen immer stärker die **Lebensqualität und das Wohlbefinden** vieler Menschen.

Apps dienen primär zur **Erleichterung des Alltags**, die Funktion des Kontakteknüpfens steht seltener im Fokus. Zunehmend genutzt werden digitale Kanäle für **Nachrichten** über das Weltgeschehen.

Gerade den **älteren Menschen** liegen digitale Geräte besonders am Herzen, sie schaffen **Freiheit und Verbundenheit** mit der Welt. Die **sozialen Medien** allerdings „gehören“ weiterhin primär der Jugend.

Die Mehrheit der Befragten meint, **Kinder** sollen sich **schon im Volksschulalter mit digitalen Geräten** befassen.

Das **Vertrauen in die digitale Welt** ist gewachsen. Die Angst vor Risiken wie Datenmissbrauch, Überwachung oder Abhängigkeiten ist gesunken.

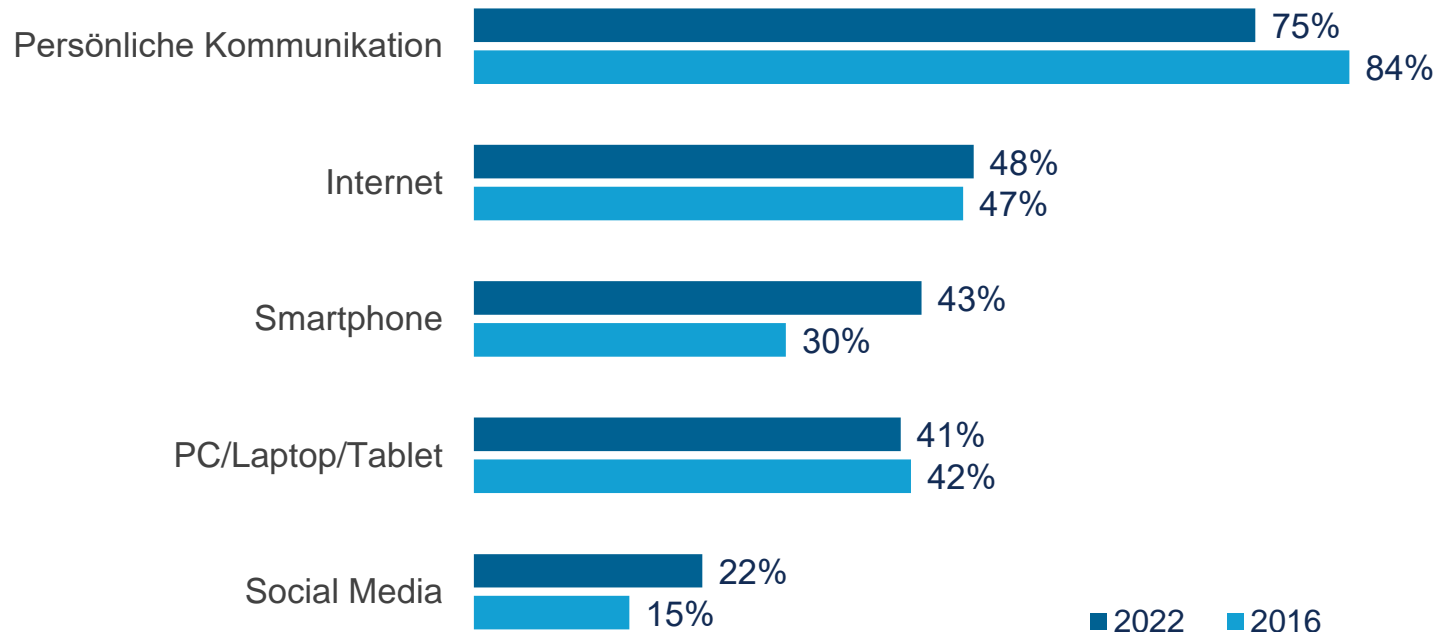


# Digitaler Alltag & Lebensqualität

# Smartphone und Social Media beeinflussen immer stärker die Lebensqualität

„Welchen Stellenwert haben die folgenden Faktoren für Ihr persönliches Wohlbefinden bzw. Ihren Lebenswert?“

Sehr hoher Stellenwert / hoher Stellenwert



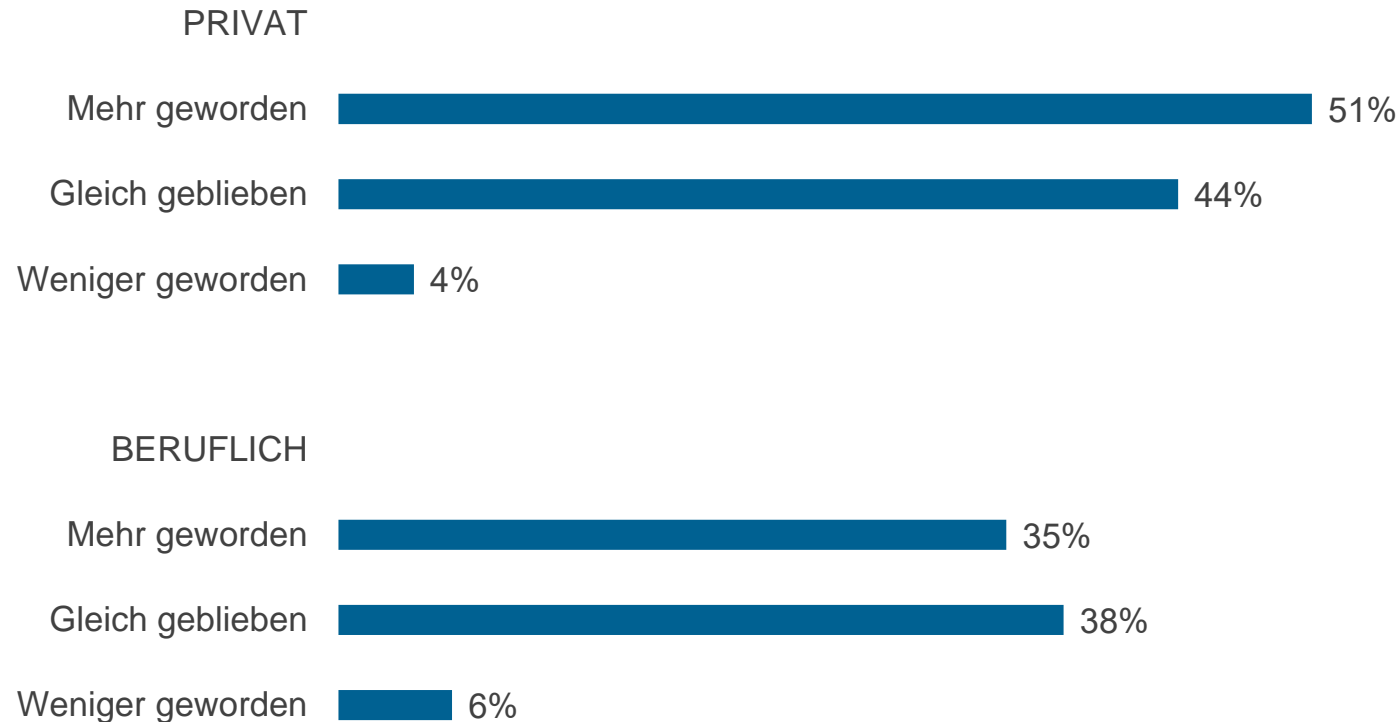
Smartphone, Internet und soziale Medien haben vor allem für **Menschen unter 30 Jahren** einen sehr hohen persönlichen Stellenwert.

**Kommunikation** – egal ob virtuell oder persönlich – beeinflusst die Lebensqualität **bei Frauen mehr als bei Männern**.



# Corona war ein echter Digital-Turbo

„Wie sehr hat sich Ihre Nutzung digitaler Möglichkeiten während der Corona-Pandemie verändert?“

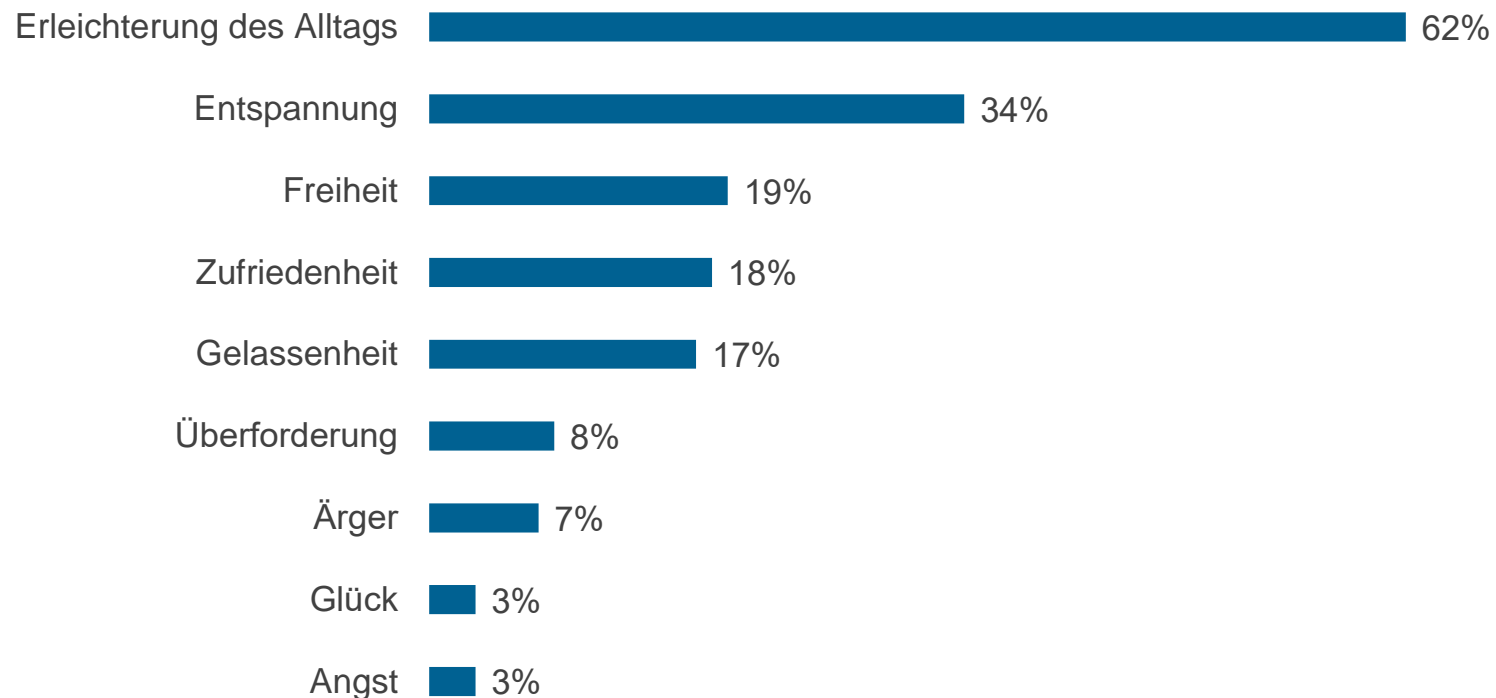


Insbesondere bei den **16- bis 19-Jährigen** ist die Nutzung digitaler Tools während der Pandemie **explosionsartig angestiegen** – im privaten Bereich ebenso wie in Schule und Beruf.

**Kontakt** wird vor allem im privaten Bereich aber immer noch **am liebsten persönlich aufgenommen**.

# Digitale Tools dienen primär der Erleichterung des täglichen Lebens

„Welche Gefühle haben Sie bei der Nutzung digitaler Geräte am häufigsten?“



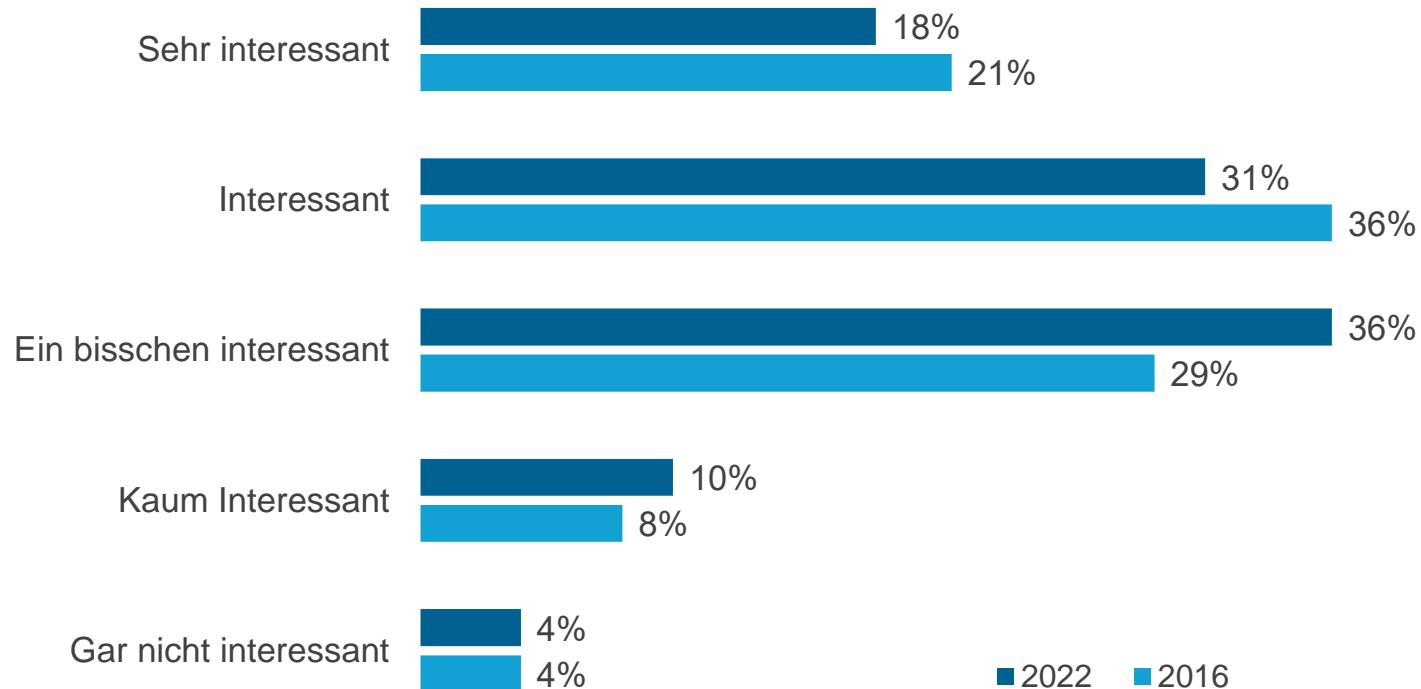
Vor allem **Menschen über 30 Jahren** nutzen digitale Geräte in erster Linie zur **Vereinfachung des Alltags**.

Ältere Menschen schätzen die **Kontaktfunktion**, jüngere mehr **Unterhaltung und die Organisation** ihrer Aktivitäten.

Unter 20-Jährige und Über 60-Jährige gewinnen durch digitale Tools **Freiheit**.

# Die digitale Welt ist „normal“ geworden

„Wie interessant sind für Sie digitale Neuerungen und Innovationen?“



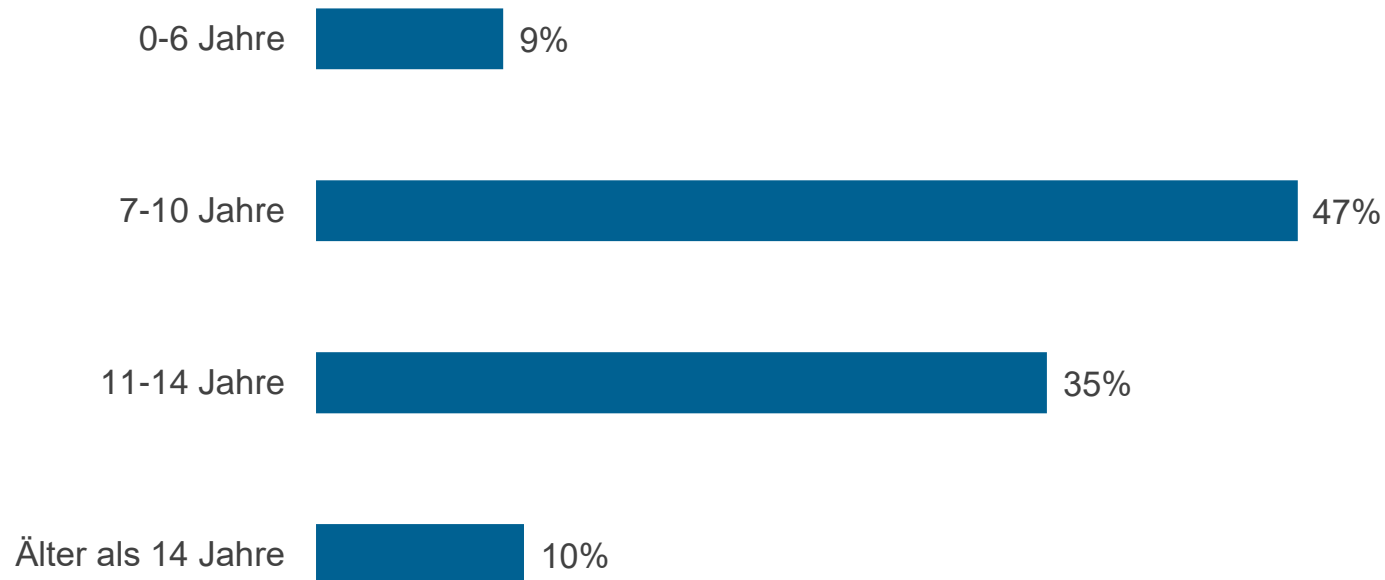
Digitale Innovationen sind **keine Sensation mehr**, das Interesse daran hat seit 2016 etwas nachgelassen.

Unverändert ist das Interesse an digitalen Innovationen bei **Männern höher** als bei Frauen und bei **Jüngeren höher** als bei Älteren.



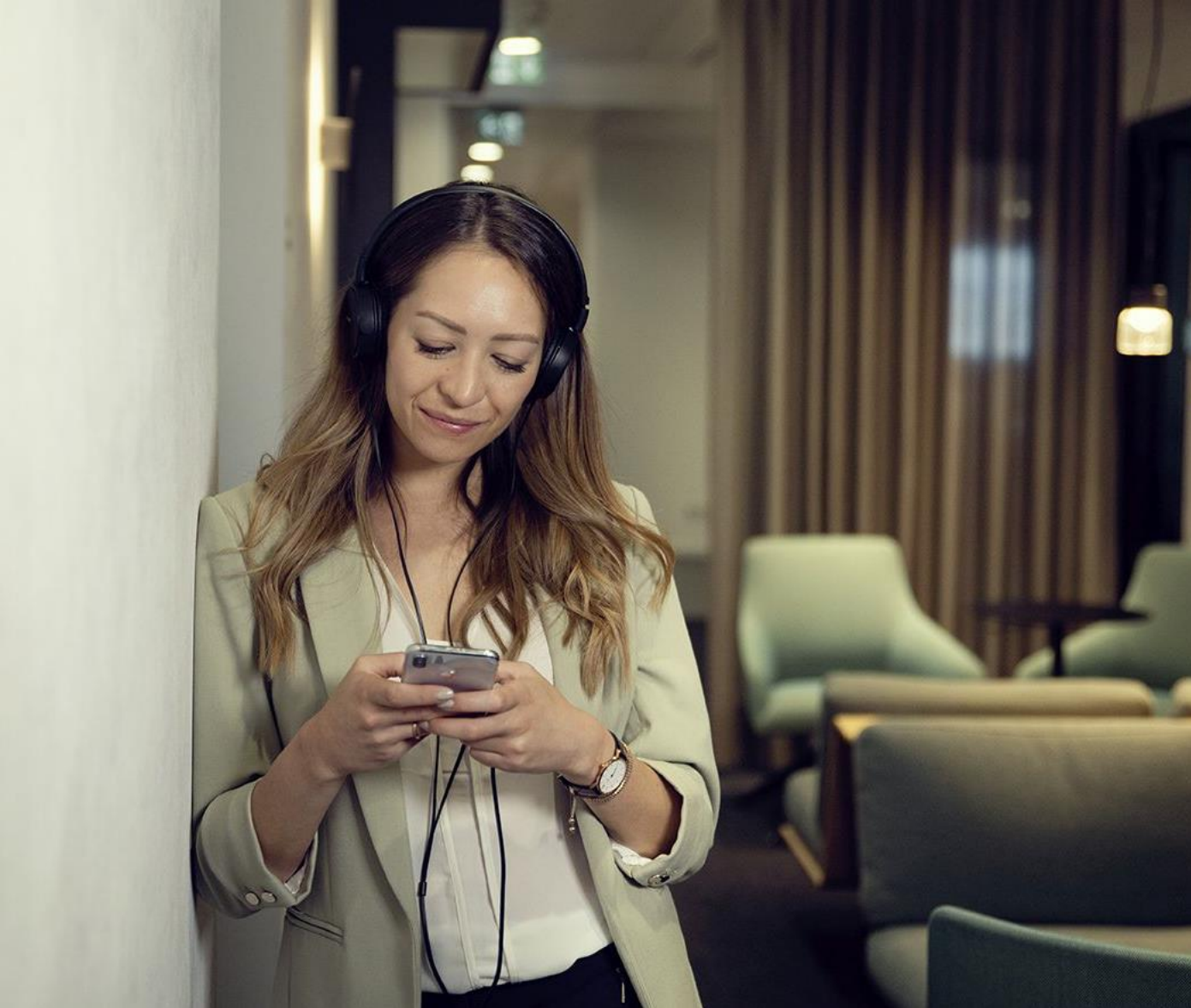
# Start ins digitale Leben schon im Volksschulalter

„In welchem Alter sollten Kinder/junge Menschen beginnen, sich mit digitalen Geräten zu beschäftigen?“



Die Mehrheit der Österreicher:innen meint, dass Kinder bereits **vor dem 10. Lebensjahr beginnen** sollten, sich mit digitalen Tools zu beschäftigen.

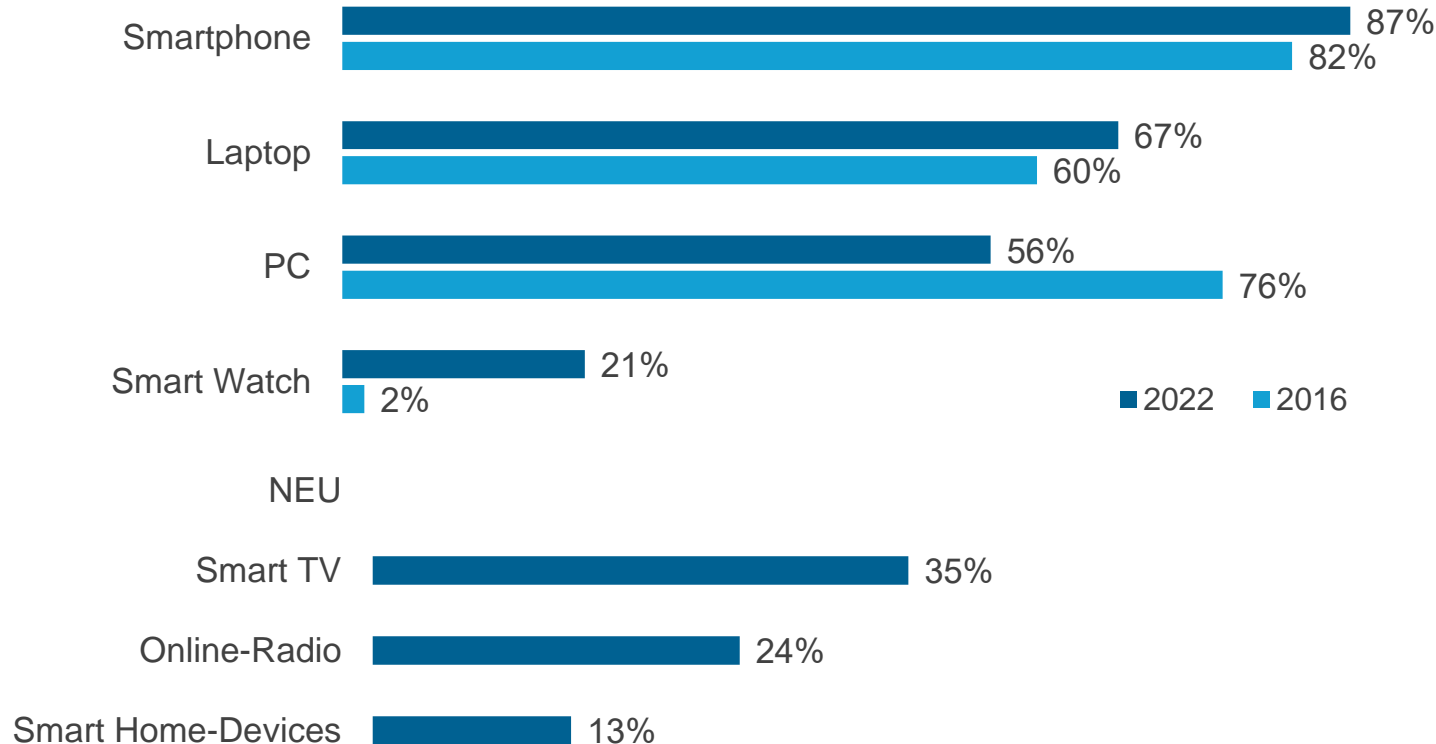
Skeptischer sind diesbezüglich gerade die jüngeren Befragten.



# Apps, Geräte & digitale Kanäle

# Mobile Geräte haben an Bedeutung gewonnen

„Welche der folgenden Geräte nutzen Sie persönlich?“



Große Unterschiede in den Altersgruppen: **Mehr als jede/r Zweite der Über-60-Jährigen** nutzen einen **PC**, aber weniger als **jede/r Dritte der Unter-20-Jährigen**.

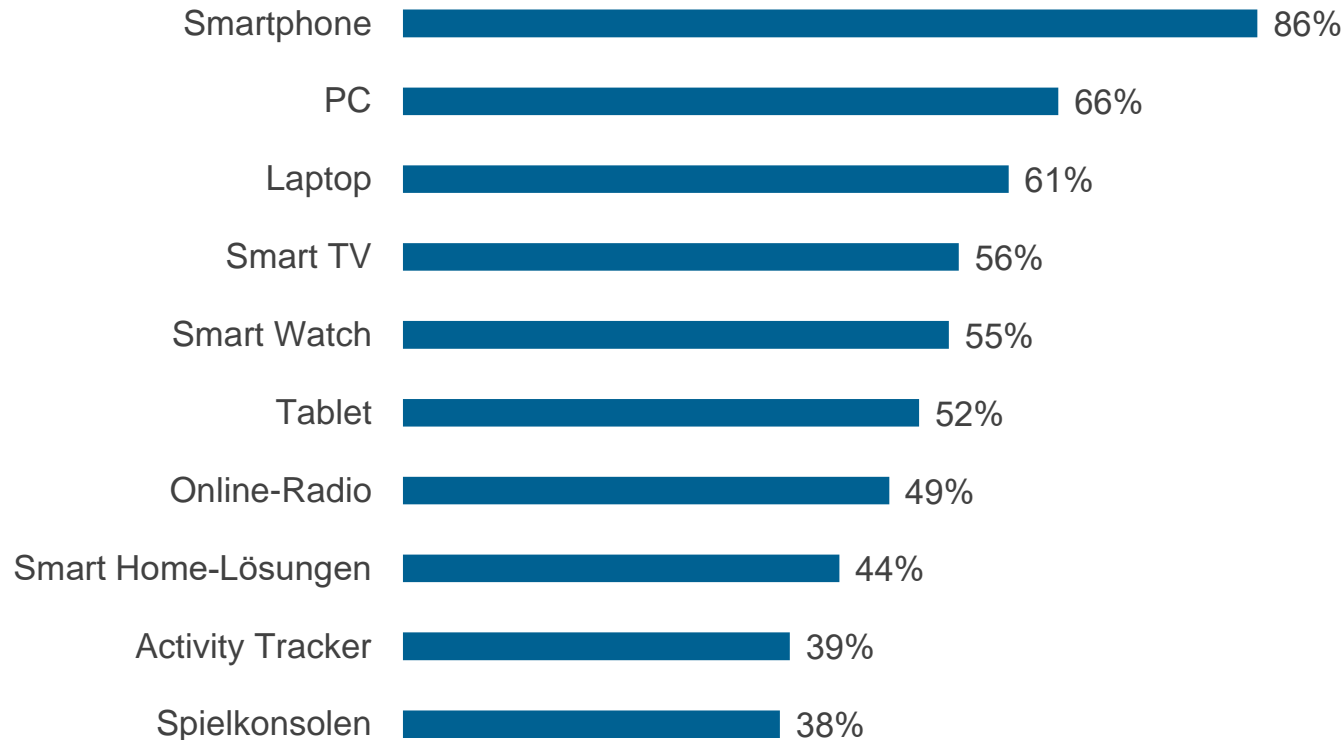
Eine **Smart Watch** besitzt **jede/r Dritte der 20-30-Jährigen**, aber nur etwas mehr als jeder Zehnte der Über-60-Jährigen.

**Smartes Fernsehen** steht vor allem bei den 20-30-Jährigen auf dem Programm.

# Smartphone bleibt deutlich an der Spitze

„Wie wichtig sind die folgenden Geräte für Ihr Leben?“

Sehr wichtig / wichtig



Besonders den **älteren Menschen** liegen digitale Geräte sehr am Herzen.

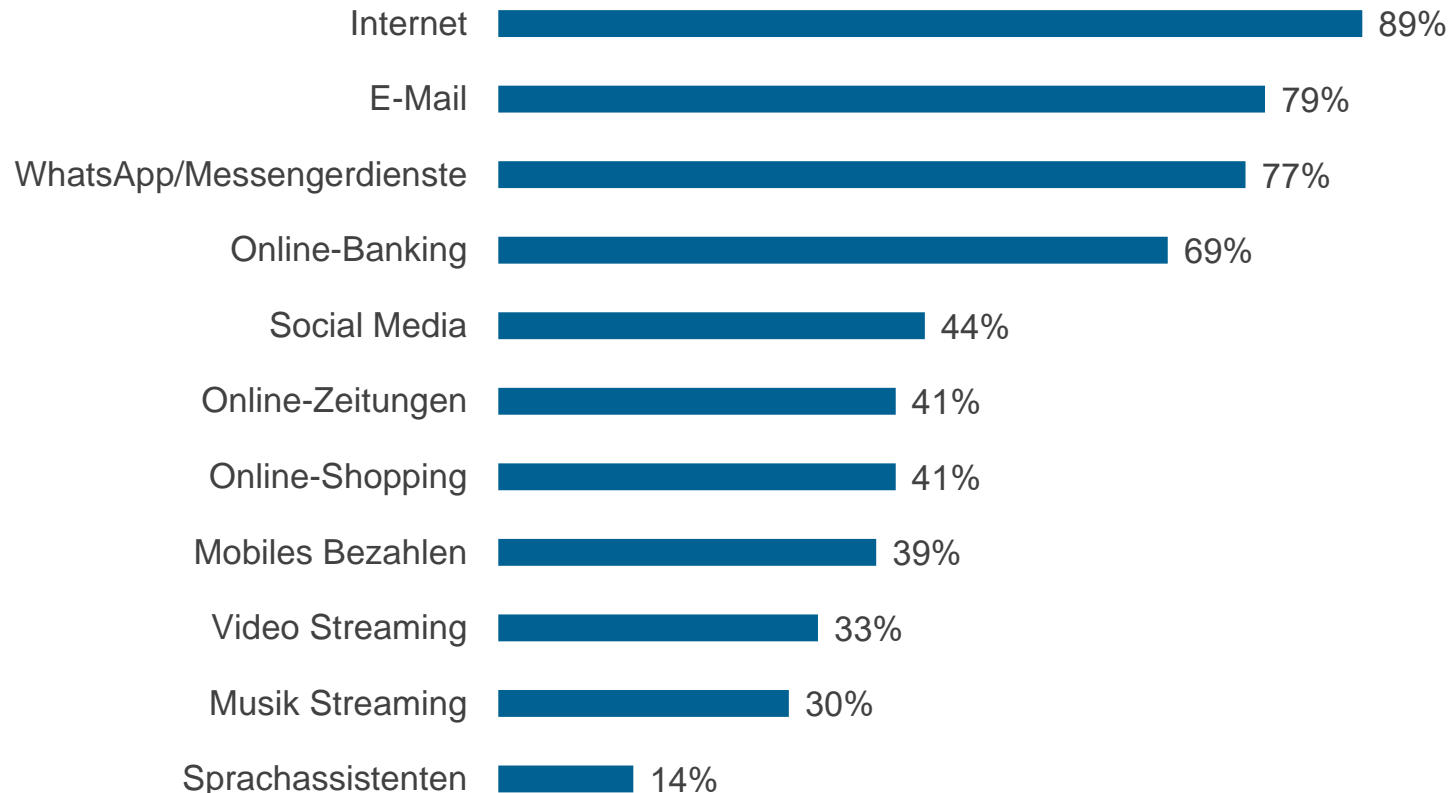
Die Bedeutung des **PC** hat abgenommen, das **Smartphone** bleibt unverändert wichtig. Wichtiger geworden sind in der Pandemie-Zeit auch **Spielkonsolen**.

**Jeder dritten Person** ist es egal, ob sie ihr Anliegen einem **Bot oder einem realen Menschen** vorträgt.

# Internet und Apps als tägliche Begleiter

„Wie häufig nutzen Sie die folgenden digitalen Möglichkeiten?“

Sehr häufig (so gut wie täglich) / häufig



**Jüngere Menschen** verweilen pro Tag deutlich länger im Internet als die älteren.

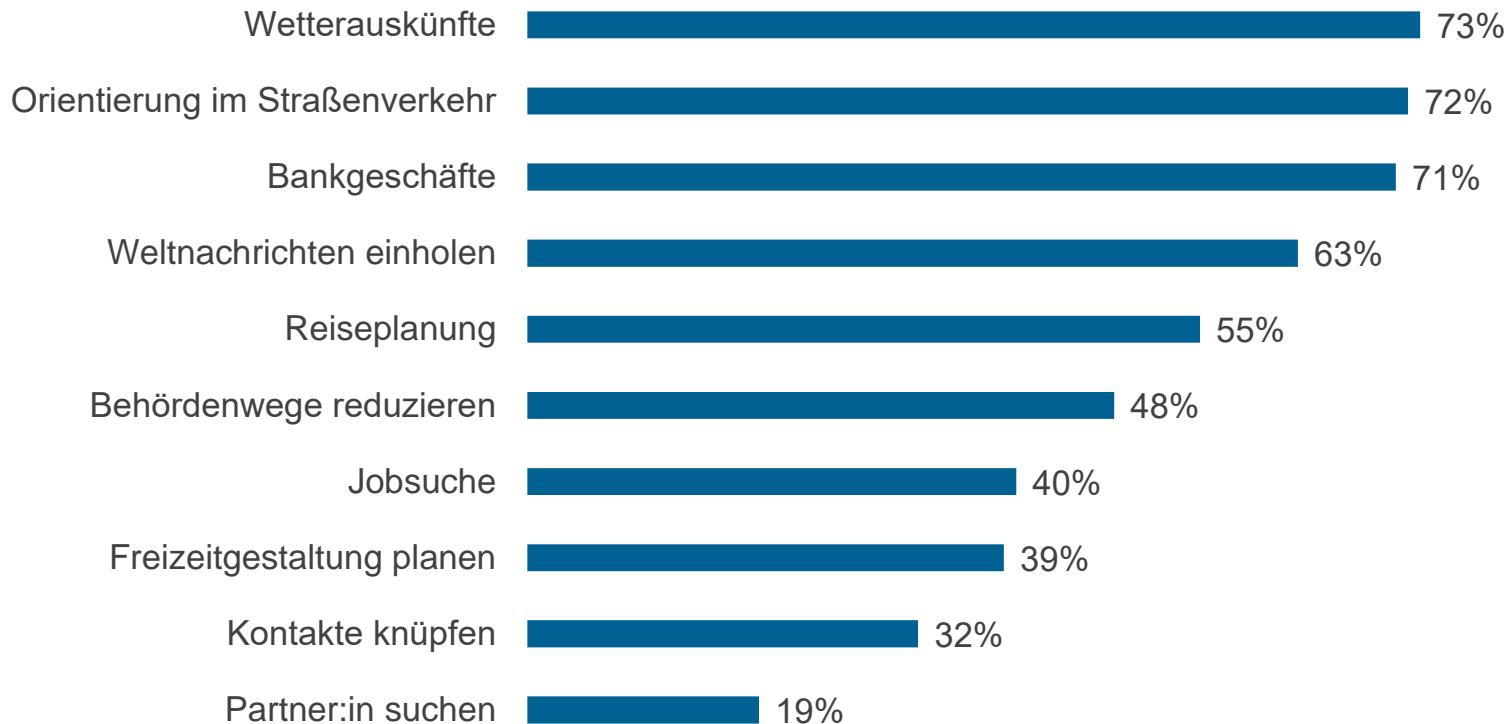
Der **Nachrichtenkonsum** via Online-Medien ist im Vormarsch.

**Sprachassistenten** wie Siri und Alexa haben noch Nachholbedarf.

# Apps: Alltagserleichterung statt Kontakte knüpfen

„Wie hilfreich sind digitale Apps in folgenden Bereichen des Lebens?“

Sehr hilfreich / hilfreich



Apps werden **zunehmend als wichtig empfunden** für: Bankgeschäfte, Einholen aktueller Weltnachrichten, Wetterprognosen und Reiseplanung.

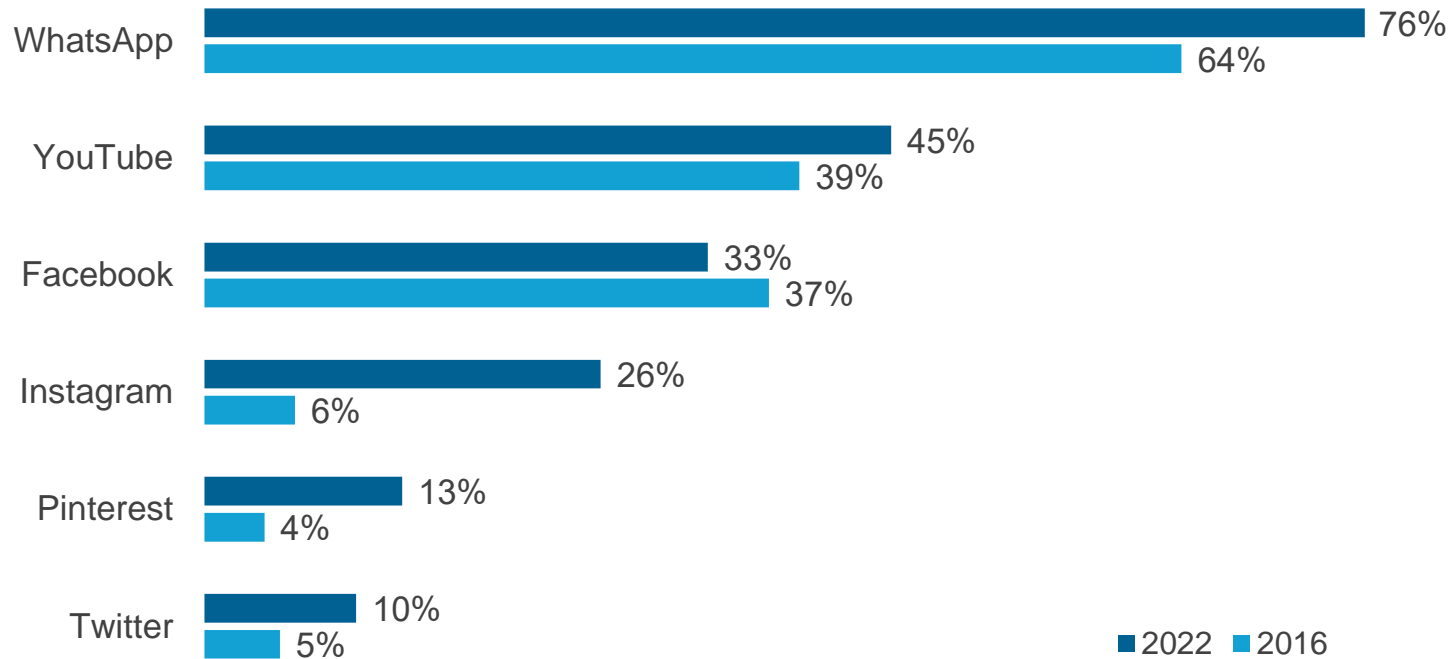
An **Bedeutung verloren** haben Apps für die Planung der Freizeitgestaltung, das Knüpfen von Kontakten, Job- und Partnersuche.



# Social Media legt zu – ausgenommen Facebook

„Wie wichtig sind die folgenden Social Media-Kommunikationstools für Sie?“

Sehr wichtig / wichtig



Die meisten Social Media-Kanäle werden vorwiegend **von Menschen unter 30** genutzt. Lediglich bei Facebook dominiert die Gruppe der 30- bis 50-Jährigen.

Bei den Nutzungsmotiven für Social Media hat **„Nachrichten über das Weltgeschehen erhalten“**, deutlich zugenommen – vor allem bei den Jüngeren.

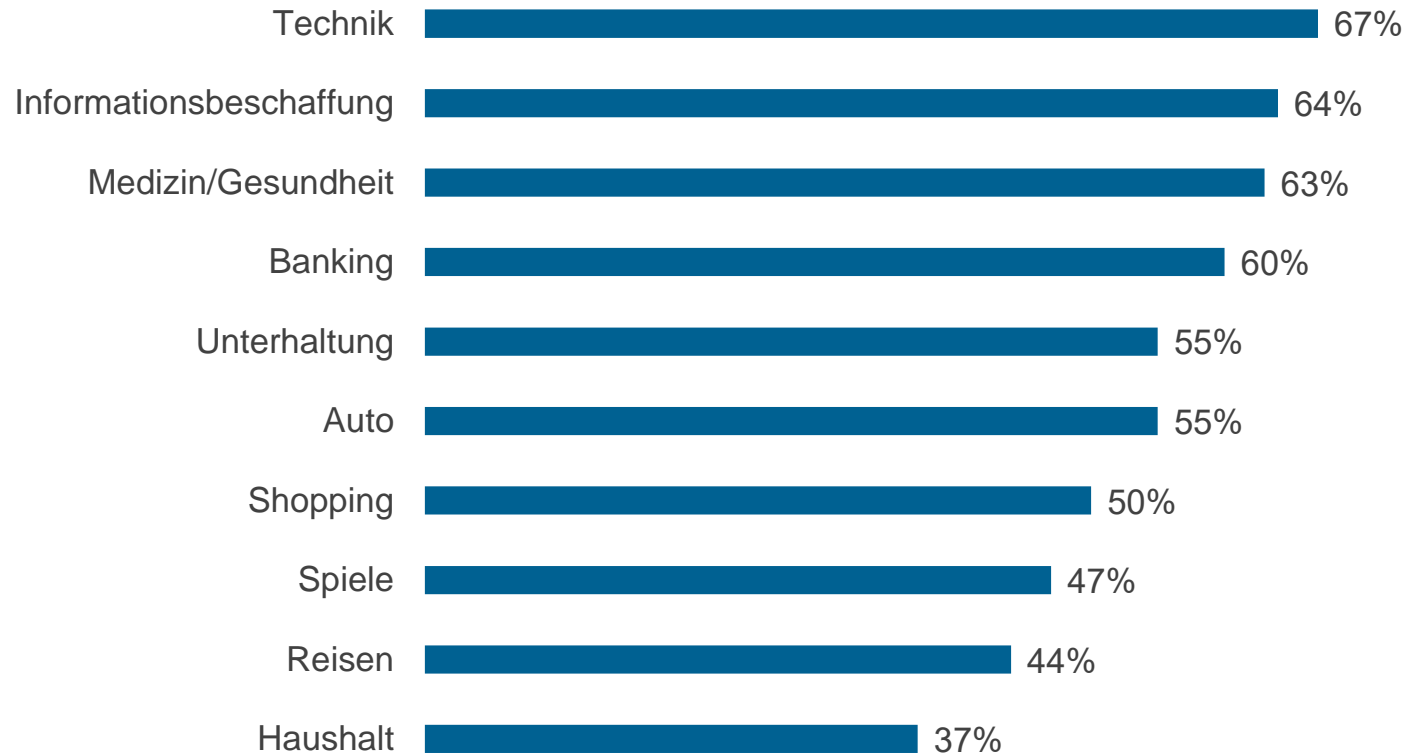


# Digitale Entwicklungen & Erwartungen

# Fortschrittserwartungen sind etwas gedämpft

„In welchen Bereichen erwarten Sie in den nächsten Jahren Fortschritte der digitalen Entwicklung?“

Sehr rasche Fortschritte / rasche Fortschritte

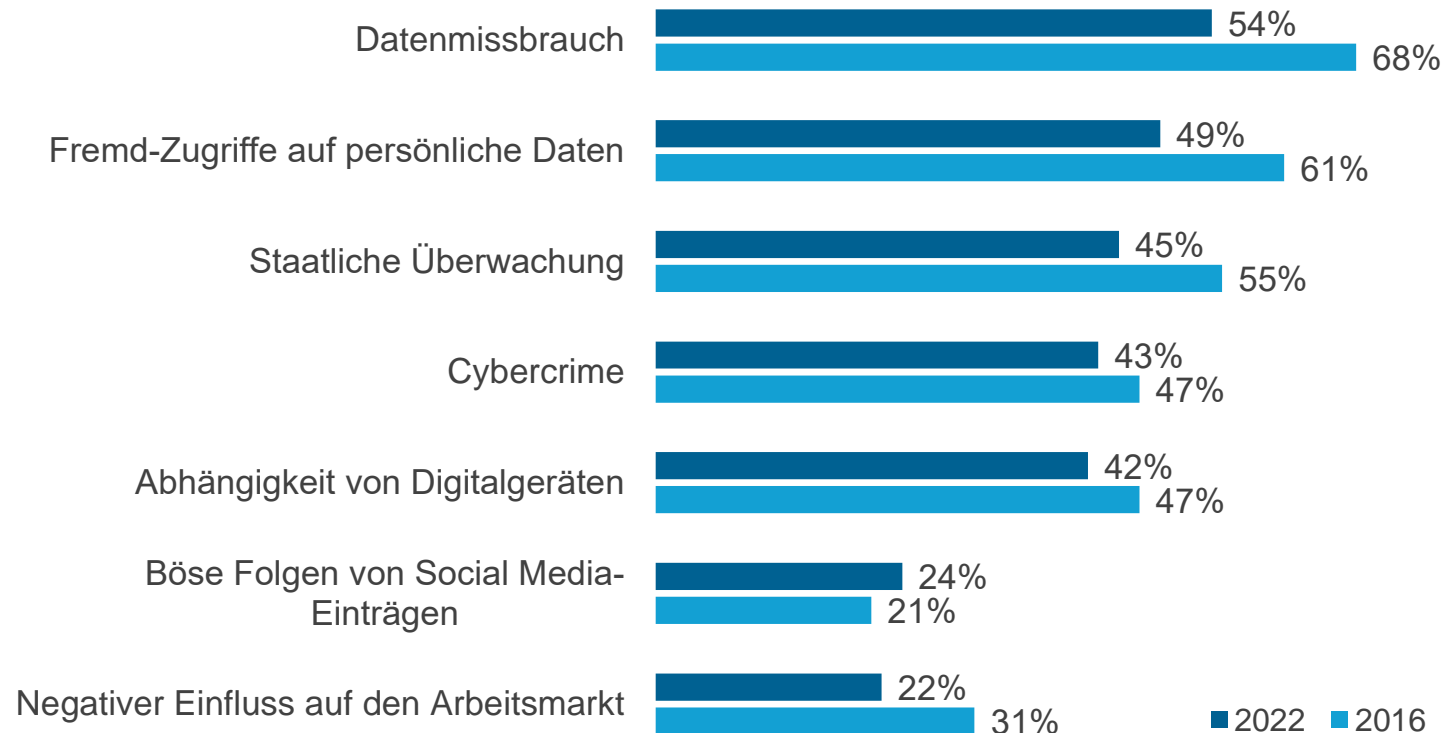


Gegenüber 2016 sind die **Erwartungen** des raschen digitalen Fortschritts insgesamt **etwas zurückgegangen**.

Am wichtigsten wären den Menschen Fortschritte in Sachen **Cyber-Sicherheit** und in der **Gesundheitstechnologie**.

# Vertrauen wächst, Risiken erscheinen geringer

„Wie stark fühlen Sie sich persönlich von den Risiken der digitalen Entwicklung betroffen?“



Die **Angst** vor Datenmissbrauch, Überwachung, Cybercrime oder digitalen Abhängigkeiten ist **zurückgegangen**. Ebenso die Furcht, wegen des digitalen Fortschritts um den Arbeitsplatz bangen zu müssen.

Mehr gefürchtet als früher werden lediglich negative Folgen von **Social Media-Postings** (Shitstorm, berufliche Konsequenzen).

# Kund:innen- bedürfnisse als Vorgabe der Digitalisierungs- offensive

## **Kund:innenzentrierung**

Es ist essenziell, Kund:innen genau dort abzuholen, wo sie es wünschen und benötigen – persönlich und digital. Bei der Allianz haben Kund:innen die Wahl.

## **Digitalisierung**

In unserer Digitalisierungsoffensive setzen wir verstärkt auf „continuous improvement“. Das heißt nicht nur Neuentwicklungen, sondern Verbesserung der Usability bestehender Tools sowie Einholen von Feedback. Wir hören auf die „Voice of Customer“.

## **Service**

Die Qualität der Produkte ist eine Voraussetzung für den Erfolg am Markt. Den entscheidenden Unterschied macht künftig aber viel mehr das Service. Einfachheit und Schnelligkeit gewinnen immer stärker an Bedeutung – über alle Generationen hinweg.

# Umfrage- daten

## So wurde befragt



### Methode

Online-Befragung



### Stichprobe

1.000 Personen



### Alter

Repräsentativ für die internetaktive österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren (93 Prozent der Gesamtbevölkerung)



### Schwankungsbreite

max. +/-3,16 Prozent



### Befragungszeitraum

August 2022



### Marktforschung

Market-Institut



# Presse- kontakt

# Allianz Österreich



**David Weichselbaum**  
Pressesprecher  
Corporate Communications

 +43 676 878 288 602

 [david.weichselbaum@allianz.at](mailto:david.weichselbaum@allianz.at)

