

Presse Information

Wien, am 23. November 2022

Allianz Digital-Life Studie 2022: Digital ist das neue Normal

- Angst vor Datenmissbrauch ist zurückgegangen
- Digitale Tools steigern Lebensqualität und dienen der Alltagserleichterung
- Pandemie sorgte für Digitalisierungsschub
- Kinder sollen schon im Volksschulalter ins „Digital Life“ einsteigen
- Gerade der älteren Generation liegen digitale Tools besonders am Herzen

Das digitale Leben ist in den vergangenen sechs Jahren deutlich mehr zum Alltag und damit für viele Menschen zur Selbstverständlichkeit geworden. Die Angst vor Datenmissbrauch, Überwachung, Cybercrime oder digitalen Abhängigkeiten ist zurückgegangen, ebenso die Sorge um den Arbeitsplatz wegen des digitalen Fortschritts. Zugleich haben digitale Tools, allen voran Smartphones und Apps, an Bedeutung für das Wohlbefinden gewonnen – insbesondere, weil sie den Alltag in vielen Bereichen wesentlich erleichtern. Dies geht aus der aktuellen „Digital-Life Studie 2022“ der Allianz Österreich hervor, die Vergleiche mit einer Umfrage zum selben Thema aus dem Jahr 2016 zieht.

Digitaler Vormarsch

„Digital ist das neue Normal geworden“, fasst Xaver Wölfl, COO der Allianz Österreich, die Studienergebnisse zusammen und betont: „Digitale Tools beeinflussen immer stärker die Lebensqualität der Menschen – sowohl die der jüngeren als auch die der älteren Generation. Die digitalen Medien haben vor allem bei den unter 30-Jährigen einen sehr hohen persönlichen Stellenwert. Aber auch die Über-60-Jährigen schätzen digitale Features zur Pflege ihrer Kontakte ganz besonders und empfinden dies als ein Stück gewonnener Freiheit.“ Werner Beutelmeyer, Vorstand des market-Instituts, ergänzt: „Die Digitalisierung ist längst auch im ältesten Bevölkerungssegment angekommen. 82 Prozent der über 70-Jährigen Österreicher:innen nutzen Smartphones – für 88 Prozent der über 70-Jährigen User ist die Nutzung ein wichtiger Bestandteil ihres Lebens.“

Über alle Generationen hinweg liegt das Smartphone unangefochten an der Spitze: 87 Prozent nutzen es, 85 Prozent nennen es wichtig für ihr Leben, und für 43 Prozent (gegenüber 30 Prozent im Jahr 2016) hat es einen hohen Stellenwert für das persönliche Wohlbefinden. Auch andere smarte Geräte sind stark im Kommen. 35 Prozent nutzen bereits ein Smart-TV-Gerät, 21 Prozent eine Smart Watch, 13 Prozent Smart Home-Devices, wie die Allianz Studie zeigt.

Corona als Digital-Turbo

Als echter Turbo für das „Digital-Life“ erwies sich die Corona-Pandemie. Mehr als die Hälfte der in Österreich lebenden Menschen (51 Prozent) hat ihre private Nutzung digitaler Möglichkeiten in dieser Zeit verstärkt, bei 35 Prozent geschah dies auch im beruflichen Bereich. Bei den 16-19-Jährigen ist die Nutzung digitaler Tools explosionsartig angestiegen, sowohl in Schule und Beruf (+ 76 Prozent) als auch privat (+ 56 Prozent). Knapp 70 Prozent der Befragten verweilen täglich mehr als eine Stunde im Netz. Mehr als jede/r Zweite ist zudem der Ansicht (56 Prozent), dass Kinder schon im Volksschulalter beginnen sollten, sich mit digitalen Geräten zu befassen.

Die Auf- und Absteiger

Digitale Tools dienen nicht nur der Convenience im Alltag, sie werden auch häufiger genutzt, um Nachrichten über das Weltgeschehen zu erhalten. Insbesondere die jüngere Generation hat ihren Nachrichtenkonsum weitgehend in die sozialen Medien verlagert. Social Media hat insgesamt deutlich zugelegt: Für 76 Prozent ist WhatsApp wichtig oder sehr wichtig (vgl. 2016: 64 Prozent), für 45 Prozent YouTube (vgl. 2016: 39 Prozent), für 26 Prozent Instagram (vgl. 2016: 6 Prozent). Facebook befindet sich in der Gunst der Österreicher:innen auf dem absteigenden Ast (33 Prozent gegenüber 37 Prozent vor sechs Jahren). Als Top-Funktionen von Apps haben sich etabliert: Wetterauskünfte einholen, Orientierung im Straßenverkehr und Bankgeschäfte erledigen. An Bedeutung verloren haben Apps hingegen für die Planung der Freizeitgestaltung, das Knüpfen von Kontakten und die Job- und Partnersuche, wie die Allianz Umfrage zeigt.

Normalität und Vertrauen

Digitale Innovationen sind heute keine große Sensation mehr, nur noch 49 Prozent finden diese interessant (2016: 57 Prozent) – ein weiteres Symptom der „normal“ gewordenen digitalen Alltagsrealität. Auch hinsichtlich der Erwartungen an den technologischen Fortschritt ist man skeptischer geworden: 67 Prozent rechnen in den nächsten Jahren mit neuen Entwicklungen und damit um 12 Prozentpunkte weniger als noch 2016. Prioritäten sollten dabei in Sachen Cyber-Sicherheit und Gesundheitstechnologie gesetzt werden. Mit der verstärkten Einbindung digitaler Tools ins tägliche Leben erscheinen die digitalen Risiken den meisten geringer als noch vor sechs Jahren. So ist die Angst vor Datenmissbrauch von 68 auf 54 Prozent zurückgegangen, die Furcht vor Fremdzugriffen auf die eigenen persönlichen Daten von 61 auf 49 Prozent, die Furcht vor staatlicher Überwachung von 55 auf 45 Prozent, die Angst vor Cybercrime von 47 auf 43 Prozent. Mehr gefürchtet als früher werden lediglich negative Folgen von Social Media-Postings, insbesondere Shitstorms.

Digitalisierungs-offensive vorantreiben

„Als Allianz verstehen wir die aus den Umfrageergebnissen ablesbaren Kund:innenbedürfnisse als klare Vorgabe für unsere Digitalisierungs-offensive. Wir möchten am Digitaltrend aber nicht nur partizipieren, sondern ein echter ‚Game Changer‘ sein und unsere Kund:innen dort abholen, wo sie es wünschen. Gefragt sind einfache, smarte Produkte und schnelles Service, das heute mehr denn je den Unterschied macht“, so Wölfl abschließend.

Die Umfrage wurde vom market-Institut im Auftrag der Allianz Österreich durchgeführt. Befragt wurden 1.000 Personen, repräsentativ für die internetaktive österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren (93 Prozent der Gesamtbevölkerung).

Downloads im Allianz Pressecenter

- Foto: Xaver Wölfl (© Allianz/Wilke)
- Foto: Werner Beutelmeyer (© market-Institut)
- Pressemitteilung als pdf
- Charts als pdf

Pressekontakt Allianz Österreich

David Weichselbaum

Pressesprecher

Corporate Communications

Allianz Gruppe in Österreich

Tel: +43 5 9009 88602

E-Mail: david.weichselbaum@allianz.at

Social Media



Follow us on LinkedIn [@Allianz Österreich](#)



Follow us on Facebook [@allianzoesterreich](#)



Follow us on Twitter [@AllianzAustria](#)



Follow us on Instagram [@allianz_oesterreich](#)

Disclaimer

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Aussagen und Informationen. Aus dieser Pressemitteilung erwachsen keine Rechtsansprüche – gleichgültig welcher Art. Irrtümer und Tippfehler sind vorbehalten. Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen und Informationen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.