

**Allianz Umfrage:
Digitaler Lifestyle ist Segen und Fluch**

- **Dilemma: Permanente Erreichbarkeit stresst, scheint aber unverzichtbar**
- **Apps helfen im Alltag, Social Media dienen der Kontaktpflege**
- **Große Skepsis in Sachen Datenschutz**
- **Mensch-zu-Mensch toppt Digital-Kontakt**

Online-Kommunikation ist für die Österreicherinnen und Österreicher zum selbstverständlichen Bestandteil des Alltags geworden. Quer durch alle Altersgruppen werden digitale Tools als nützlich für das tägliche Leben empfunden und mit positiven Emotionen verbunden. Der Haken: Die permanente mobile Erreichbarkeit stresst, und der Datenschutz im Internet wird mit großer Skepsis betrachtet. Dies geht aus einer aktuellen repräsentativen Umfrage der Allianz Versicherung hervor.

Smartphone Nummer 1 in der digitalen Welt

Das Top-Gerät zum Einstieg in die digitale Welt ist das Smartphone, das von 86 Prozent der Befragten als wichtig für ihr Leben eingestuft wird und damit vor Computer (80 Prozent) und Radio (74 Prozent) liegt. Fragt man nach der Nutzung, so befinden sich Smartphone und Fernseher mit jeweils 82 Prozent an der Spitze gleich auf, gefolgt vom PC mit 76 Prozent. 55 Prozent nutzen Navis, 44 Prozent Tablets, 26 Prozent lesen e-books. Derzeit noch recht selten verwendet werden Tools wie Activity Tracker (4 Prozent) oder Smart Watches (2 Prozent). Mehr als die Hälfte aller Internetaktivitäten erfolgt inzwischen mobil, wie auch der Austrian Internet Monitor bestätigt: 52 Prozent der Internet-User greifen vorzugsweise von unterwegs auf das Netz zu.

Stress durch permanente Erreichbarkeit

„Immer und überall erreichbar zu sein, ist dank digitaler Tools heute Standard geworden. Daraus entsteht für viele aber ein echtes Dilemma: Einerseits ist die permanente Erreichbarkeit ein erheblicher Stressfaktor, andererseits – ist man nicht online – gibt es die Angst, etwas zu versäumen“, kommentiert Mag. Xaver Wölfl, Chief Digital Officer der Allianz Gruppe in Österreich, die Umfrageergebnisse. Dementsprechend können sich 84 Prozent der Smartphone-User laut Allianz Umfrage einen handyfreien Tag zur Erholung zwar gut vorstellen, über zwei Drittel würde dies aber zugleich besorgt und unruhig machen.

Apps für den Alltag, Social Media für die Kontaktpflege

Als hilfreich zur Erleichterung des Alltags erweisen sich laut Umfrage vor allem Apps. 61 Prozent der Befragten nutzen häufig Online-Anwendungen, die Unter-40-Jährigen deutlich öfter als ältere Menschen. Apps werden als nützlich empfunden, um im Straßenverkehr den richtigen Weg zu finden (77 Prozent), die Freizeitgestaltung zu planen (73 Prozent) oder sich über Wetterprognosen (66 Prozent) und Jobangebote (54 Prozent) zu informieren. „Der konkrete Nutzen ist der größte Antriebsfaktor“, betont Wölfl, „Spaß und Neugierde spielen eine geringere Rolle“. 23 Prozent der Befragten recherchieren aktiv nach neuen Apps, 60 Prozent wollen solche nur downloaden, wenn sie kostenlos sind.

Ganz anders positionieren sich Social Media: Nur 26 Prozent erwarten dort Informationen, den meisten geht es um Kommunikation mit Freunden oder in der Gruppe (82 Prozent). Im persönlichen Ranking liegt dabei WhatsApp mit weitem Abstand an der Spitze (64 Prozent), gefolgt von YouTube (39 Prozent) und Facebook (37 Prozent).

Keine Scheu im Netz

Negativgefühle kommen im alltäglichen digitalen Lifestyle selten auf. Auch Scheu, in der Online-Welt aktiv zu sein, kennt man quer durch alle Altersgruppen kaum. „Eine besonders hohe emotionale Digital-Affinität zeigen neben den Unter-30-Jährigen, also den ‚digital natives‘, auch die Über-60-Jährigen, für die die digitale Welt inzwischen einen ähnlich hohen Stellenwert für das persönliche Wohlbefinden hat. Diese empfinden die Internetnutzung als hilfreich in Notfällen, für den Wissenserwerb oder auch für den Zugang zum Weltgeschehen“, interpretiert Wölfel die aktuellen Umfrageergebnisse.

Angst vor Datenmissbrauch

Die Umfrage zeigt ein weiteres Dilemma auf: „Trotz der Selbstverständlichkeit, mit der die digitalen Tools genutzt werden, besteht eine erhebliche Verunsicherung in Sachen Datenschutz und ein Gefühl der Machtlosigkeit gegen Cyber-Kriminalität“, so Wölfel. Mehr als zwei Drittel der Österreicherinnen und Österreicher fühlen sich von missbräuchlicher Verwendung ihrer Daten im Internet persönlich betroffen, 55 Prozent fürchten sich vor staatlicher Überwachung im Internet, und knapp die Hälfte glaubt, dass beim Online-Shopping Kreditkartendaten missbraucht werden könnten. Über 80 Prozent der Befragten wünschen sich, dass für Datenschutz im Internet mehr getan wird, auf nationaler wie internationaler Ebene, im privaten wie im öffentlichen Bereich.

Mit einem baldigen Fortschritt in Sachen Cybersicherheit rechnet nur rund jeder zweite Österreicher. Hingegen erwarten 79 Prozent digitale Innovationen in Produktion und Technik, 76 Prozent in der Wissensbeschaffung, 70 Prozent in der Medizin und 69 Prozent bei Unterhaltungsmedien. Generell interessieren sich 57 Prozent der internetaktiven Bevölkerung für Innovationen im Online-Bereich, überwiegend Männer und am meisten die Wiener.

Mensch toppt Maschine

Wie die Umfrageergebnisse deutlich zeigen, wollen die Menschen die modernen digitalen Tools intensiv nutzen, ohne dabei aber auf den persönlichen Kontakt zu verzichten: 70 Prozent der internetaktiven Bevölkerung empfinden persönliche Kontaktaufnahme immer noch als die beliebteste und 93 Prozent als die am meisten Nähe schaffende Form. 84 Prozent wollen auch weiterhin lieber mit echten Menschen als mit Bots sprechen.

„Die neue digitale Welt, inklusive der veränderten Verhaltensweisen der Menschen, nimmt natürlich auch großen Einfluss auf unterschiedliche Industrien und Geschäftsmodelle“, ist Xaver Wölfel überzeugt. Der logische Schluss sei für die Allianz daher, zwei Welten zu verschränken: Die Kunden haben – wie immer sie wollen – die Möglichkeit, digital und/oder analog mit der Allianz zu interagieren – sprich den persönlichen Beraterkontakt in Anspruch zu nehmen oder über www.allianz.at die personalisierten Homepages der Allianz Berater, ausgestattet mit der kompletten „smarten“ Allianz Welt, zu nutzen.

Die Umfrage wurde vom Market-Institut im Auftrag der Allianz als Online-Befragung durchgeführt. Befragt wurden 1.526 internetaktive Personen im Alter ab 16 Jahren.

Wien, 26. April 2017

Downloads im Internet unter <https://www.allianz.at/ueber-allianz/media-newsroom/>

- Foto: Mag. Xaver Wölfel (© Allianz) – Abdruck honorarfrei
- Pressemeldung als PDF
- Charts als PDF

Rückfragen bitte an:

Dr. Marita Roloff
Unternehmenskommunikation
Allianz Gruppe in Österreich
Hietzinger Kai 101-105
1130 Wien
Tel: +43 5 9009 80690
E-Mail: marita.roloff@allianz.at
Internet: www.allianz.at

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Bei der vorliegenden Pressemitteilung handelt es sich um eine Marketingmitteilung. Die vorliegende Marketingmitteilung stellt keine Anlageanalyse, Anlageberatung oder Anlageempfehlung dar. Insbesondere ist sie kein Angebot und keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Investmentfondsanteilen.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung der Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Bankbereich, aus der Ausfallrate von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (z.B. Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die hier dargestellten Sachverhalte können auch durch Risiken und Unsicherheiten beeinflusst werden, die in den jeweiligen Meldungen der Allianz SE an die US Securities and Exchange Commission beschrieben werden. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.