

Link: <https://www.computerwoche.de/a/digitale-technologien-lassen-45-alt-aussehen,2354160>

Forrester-Studie

Digitale Technologien lassen 45+ alt aussehen

Datum: 24.09.2010

Autor(en):Ima Buxton

Die Generationenschere beim Umgang der US-Amerikaner und Kanadier mit neuen Technologien wird immer größer. Getrieben ist diese Entwicklung von der rasanten Adaption bestimmter mobiler und sozialer Verhaltensmuster durch die so genannten Generation Y. Das ergab eine aktuelle Studie des Marktforscher Forrester Research zu diesem Thema.

□

Foto:

Der zum dreizehnten Mal erschienene Bericht "The State Of Consumers And Technology Benchmark 2010" bezieht mehr als 1.450 Datenpunkte und Antworten zu annähernd 500 nordamerikanischen Marken mit ein. Die Umfrage gibt einen generationenbezogenen Überblick über die demographische Entwicklung, die Verhaltensmuster und die Einstellung der US-Amerikaner zu **Technologien**¹. Die Ergebnisse der Studie wurden auf die Generation Y (Alter von 18 bis 30), die Generation X (Alter von 31 bis 44), die jüngere Baby-Boom-Generation (Alter von 45 bis 54), die ältere Baby-Boom-Generation (Alter von 55 bis 65) und die Senioren (Alter ab 66) heruntergebrochen. Grundsätzlich machen sich Amerikaner und Kanadier danach den digitalen **Lifestyle**² immer mehr zu eigen. Jedoch haben die Generationen Y und X die Baby-Boomers ebenso wie die Senioren in nahezu allen **technologierelevanten Bereichen**³ überholt.

Besonders ausgeprägte mobile Affinität

In diesem Jahr sind die mobilen **Verhaltensmuster**⁴ besonders bemerkenswert. In der Gruppe der Studienteilnehmer der Generationen Y und X sind 23 Prozent Inhaber eines Smartphones. Hingegen besitzen nur 17 Prozent aller befragten Nordamerikaner ein solches Gerät (im Vergleich zu 11 Prozent ein Jahr zuvor). Die Generation Y verfügt dabei über eine besonders ausgeprägte mobile Affinität: 85 Prozent der Nutzer dieser demographischen Gruppe versenden oder empfangen regelmäßig SMS oder Text-Nachrichten, verglichen mit 57 Prozent aller Nutzer über 18 Jahren. Innerhalb der Generation Y nutzen 27 Prozent ihr mobiles Gerät für den Zugang zu **sozialen Netzwerken**⁵, und darüber hinaus 37 Prozent von ihnen surfen mobil im Internet.

"Die **Einstellungen und Verhaltensmuster**⁶, die die Generation Y und Generation X im Bereich der digitalen Technologien an den Tag legen, bleiben den Angehörigen dieser Gruppen auch mit zunehmendem Alter erhalten", sagt Jacqueline Anderson, Analystin bei Forrester Research Consumer Insights. "Insbesondere die Generation Y lebt und atmet das digitale soziale Leben. Auch was die Haltung zu den Bereichen der mobilen und Online-Technologien betrifft, ist sie auf der Akzeptanzkurve fast immer ganz oben."

Die Generation X weiß digitale Technologien effektiver zu nutzen

Auf der anderen Seite sieht Andersen die Generation X als Profiteur dieser neuen Technologien, wenn es um den **effektiven Nutzen** ⁷ geht: "In vielen Bereichen macht die Generation X der Generation Y Konkurrenz, was die Akzeptanz der neuen Technologien betrifft", sagt Anderson. "So verbringen beispielsweise beide Gruppen rund 17 Stunden pro Woche im **Internet**"⁸. Die Generation X hat die Kunst des Umgangs mit den digitalen Instrumenten aber gleichsam vervollkommen, was die Funktionalität anbelangt. Insbesondere dann, wenn es um die Bedürfnisse ihrer Familien geht."

Links im Artikel:

¹ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2351204/>

² <https://www.computerwoche.de/software/crm/2353696/>

³ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3523>

⁴ <http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3748>

⁵ [http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3576&source=subnet)

[cid=38&pkdownloads=3576&source=subnet](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3576&source=subnet)

⁶ <https://www.computerwoche.de/software/crm/2351203/>

⁷ <https://www.computerwoche.de/netzwerke/mobile-wireless/2353224/>

⁸ [http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3576&source=subnet)

[cid=38&pkdownloads=3576&source=subnet](http://whitepaper.computerwoche.de/index.cfm?cid=38&pkdownloads=3576&source=subnet)

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.