

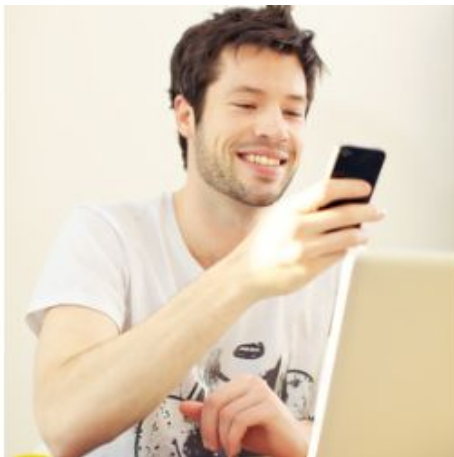


Studie Beyond Digital IBM: 4 digitale Persönlichkeiten

von Andrea König

Soziale Schmetterlinge und Content Maestros: Die Klassifizierung soll Unternehmen eine gezielte Nutzeransprache für personalisierte Geschäftsmodelle ermöglichen.

82 Prozent der Befragten zwischen 18 und 64 Jahren haben bereits digitale Endgeräte. Immer mehr Verbraucher nutzen immer mehr solcher Geräte, lautet eines der zentralen Ergebnisse der **IBM**¹-Studie **Beyond Digital**²: Für diese Studie wurden 3800 Verbraucher aus den sechs Ländern China, Frankreich, Deutschland, Japan, Großbritannien und den USA befragt.



Insgesamt 82 Prozent der Umfrageteilnehmer haben bereits digitale Endgeräte und es werden immer mehr.
Foto: Ammentorp - Fotolia.com

Die Ergebnisse entwerfen ein Bild von sich sehr schnell verändernden Nutzergruppen, die in kurzer Zeit immer neue digitale Geräte ausprobieren. Die Nutzung von Nachrichten-Seiten im Internet, das Ansehen von Online-Videos, **mobile Angebote**³ und die Beteiligung **in sozialen Netzwerken**⁴ sind

¹ <http://www.ibm.com/de/de/>

² <http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/ibv-beyond-digital.html>

³ http://www.cio.de/knowledgecenter/mobile_it/

⁴ <http://www.cio.de/facebook/>

längst nicht mehr auf sogenannte Early Adopters beschränkt. Heute nutzen bereits mehr als 50 Prozent der Mainstream-Nutzer diese digitalen Angebote, unter den Early Adopters sind es mehr als 80 Prozent.

Die Studienautoren teilen die Nutzer digitaler Endgeräte in vier unterschiedliche digitale Persönlichkeiten ein:

- 1.** Der größte Anteil der Nutzer (41 Prozent) zählt zur Gruppe der **Effizienz-Experten**. Sie nutzen digitale Geräte, um sich den Alltag zu erleichtern. Dazu gehört es, regelmäßig E-Mails zu schreiben, über soziale Netzwerke zu kommunizieren, online zu shoppen und mit dem Mobiltelefon im Internet zu surfen.
- 2.** Zur Gruppe der **sozialen Schmetterlinge** zählt die IBM-Studie 15 Prozent der Befragten. Diese Personen legen viel Wert auf Interaktionen in sozialen Netzwerken, aktualisieren ihre Profile häufig und brauchen den ständigen Zugang zu Freunden in sozialen Online-Netzwerken, so die Beschreibung der Studienautoren.
- 3.** Neun Prozent der Befragten gehören zur Kategorie der **Content-Könige**. "Sie spielen sehr häufig online Computer-Spiele, laden Spielfilme und Musik herunter und schauen Internet-Fernsehen", so die Beschreibung der Studienautoren.
- 4.** 35 Prozent der Umfrageteilnehmer zählen die Studienautoren zur ihrer Meinung nach zukunftsweisendsten Kategorie, zu den **Content Maestros**. Diese Gruppe verfügt im Vergleich über die größte Anzahl digitaler Geräte und kombiniert die Eigenschaften der sozialen Schmetterlinge sowie der Content-Könige. Wer zu dieser Gruppe gehört, wählt ganz gezielt bestimmte Anwendungen und Geräte, um sich den Zugang zu den für sie wichtigen Inhalten wie Musik, Videos, Nachrichten und Sportinformationen zu sichern.

Für Digital Natives und ältere Nutzer

Eine klare Abgrenzung zwischen den einzelnen Kategorien erscheint schwierig. Doch mit der Einteilung soll eine gezieltere Ansprache der Nutzer möglich sein. Die immer stärkere Verbreitung digitaler Geräte stellt die traditionelle Mediennutzung auf den Kopf. Die Medienbranche sollte auf die Nutzergruppen abgestimmte, gezielte personalisierte Geschäftsmodelle entwerfen, so die Empfehlung der Studie.

Wenn die Studienautoren Nutzer digitaler Endgeräte verschiedenen Kategorien zuordnen, meinen sie damit keineswegs nur die sogenannten **Digital Natives**⁵, sondern auch Ältere. So würden beispielsweise 65 Prozent der Befragten zwischen 55 und 64 Jahren gleichzeitig Fernsehen und im Internet surfen oder SMS schicken. Wenn man genauer hinsieht, unterscheidet sich die Nutzung mit dem Alter aber doch: Jüngere etwa nutzen soziale Netzwerke viel intensiver und ersetzen damit stärker E-Mails, Anrufe und Briefe. Doch nicht jeder verhält sich so, wie man es seinem Alter entsprechend erwarten würde, heißt es in der Studie. Deshalb sollte die Medienbranche nicht das Alter sondern die Nutzungsgewohnheiten der Personen betrachten, so die Empfehlung der Studienautoren.

⁵ <http://www.cio.de/public-ict/2308902/index2.html>

Für die IBM⁶-Studie **Beyond Digital**⁷ wurden weltweit 3800 Verbraucher in sechs Ländern - China, Frankreich, Deutschland, Japan, Großbritannien und den USA - befragt. Darüber hinaus sprachen die Studienautoren mit TV-Sendern, Verlagshäusern, Telekommunikationsunternehmen und Medienagenturen. Auch Erkenntnisse aus diesen Gesprächen flossen in die Studienergebnisse mit ein.

15.05.2012

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 in CIO 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 CIO aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.



http://www.cio.de/knowledgecenter/mobile_it/2878242/

⁶ <http://www.ibm.com/de/de/>

⁷ <http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/ibv-beyond-digital.html>