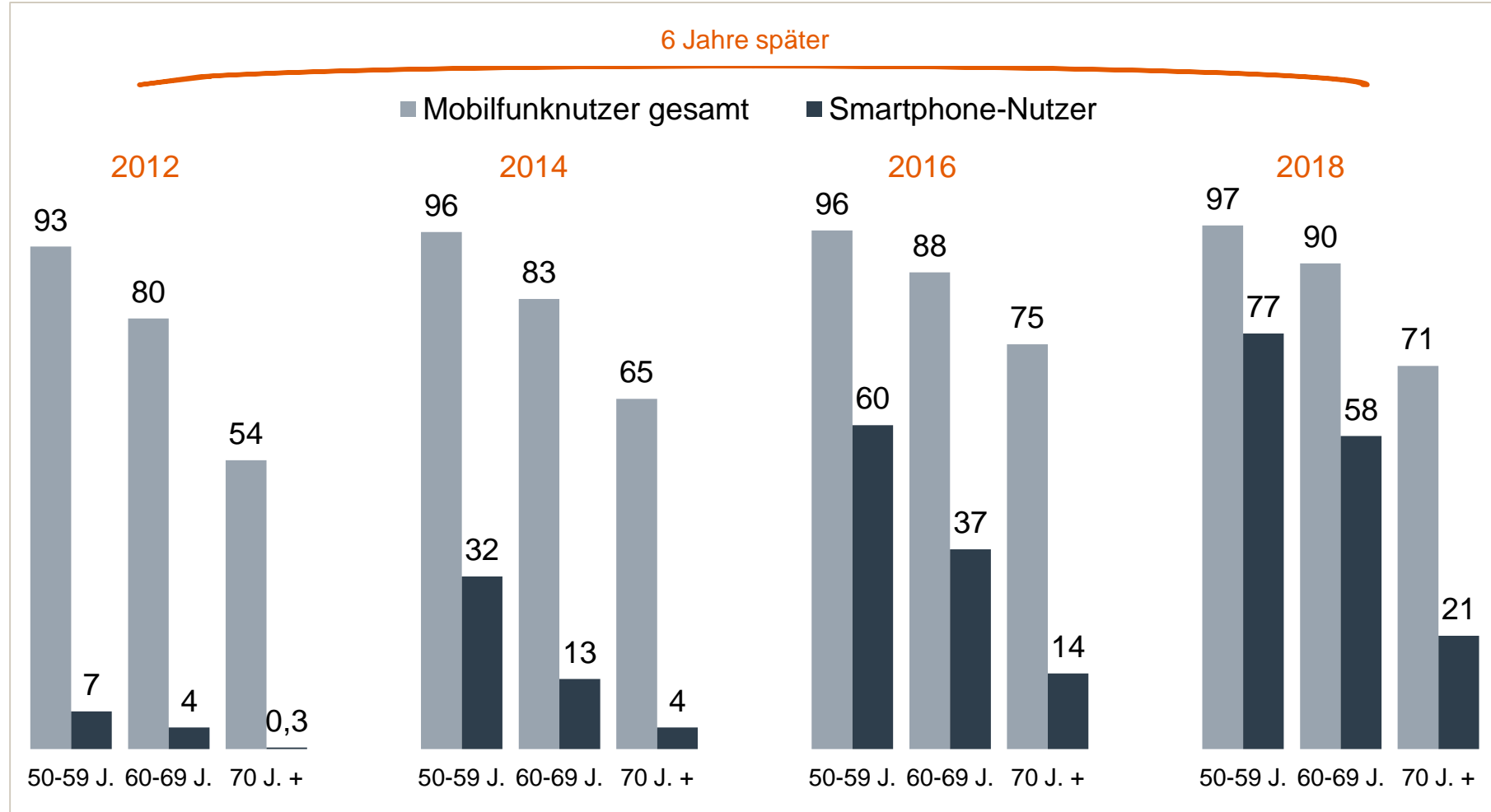


Angekommen: Das Smartphone setzt sich mit hoher Geschwindigkeit in der Altersgruppe 50plus durch

Handy- und Smartphone-Besitz in der Generation 50plus

Antworten in Prozent (gerundet)

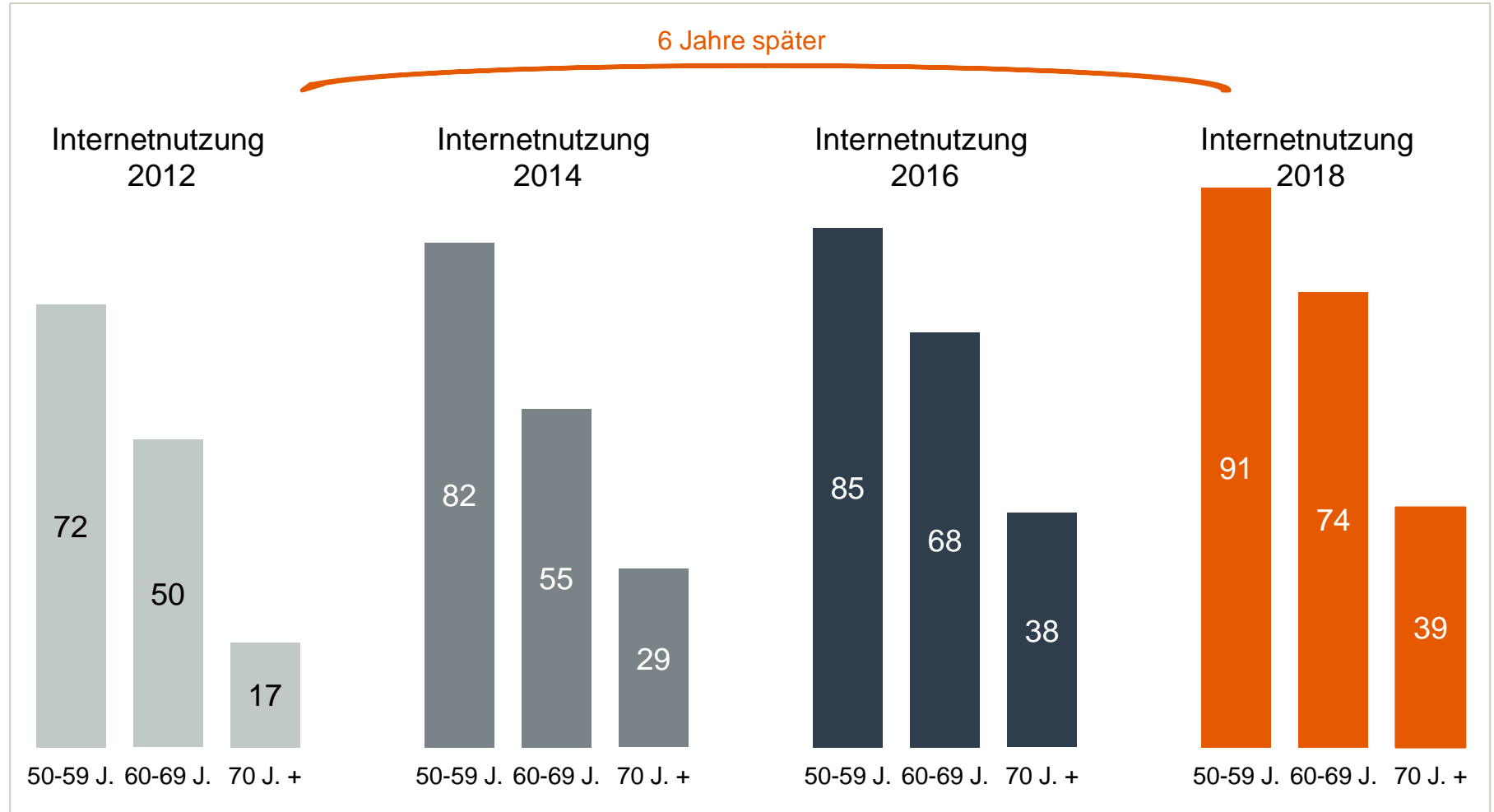


Quelle: GfK Verein; Consumer Study 2012, 2014, 2016, 2018

Nahezu alle 50- bis 59jährigen und Dreiviertel der 60- bis 69-Jährigen sind heute bereits aktiv im Internet

Anteile Internetnutzer in der Generation 50plus

Nutzung innerhalb der letzten 4 Wochen (zu Hause, am Arbeitsplatz oder an einem anderen Ort); Angaben in Prozent (gerundet)

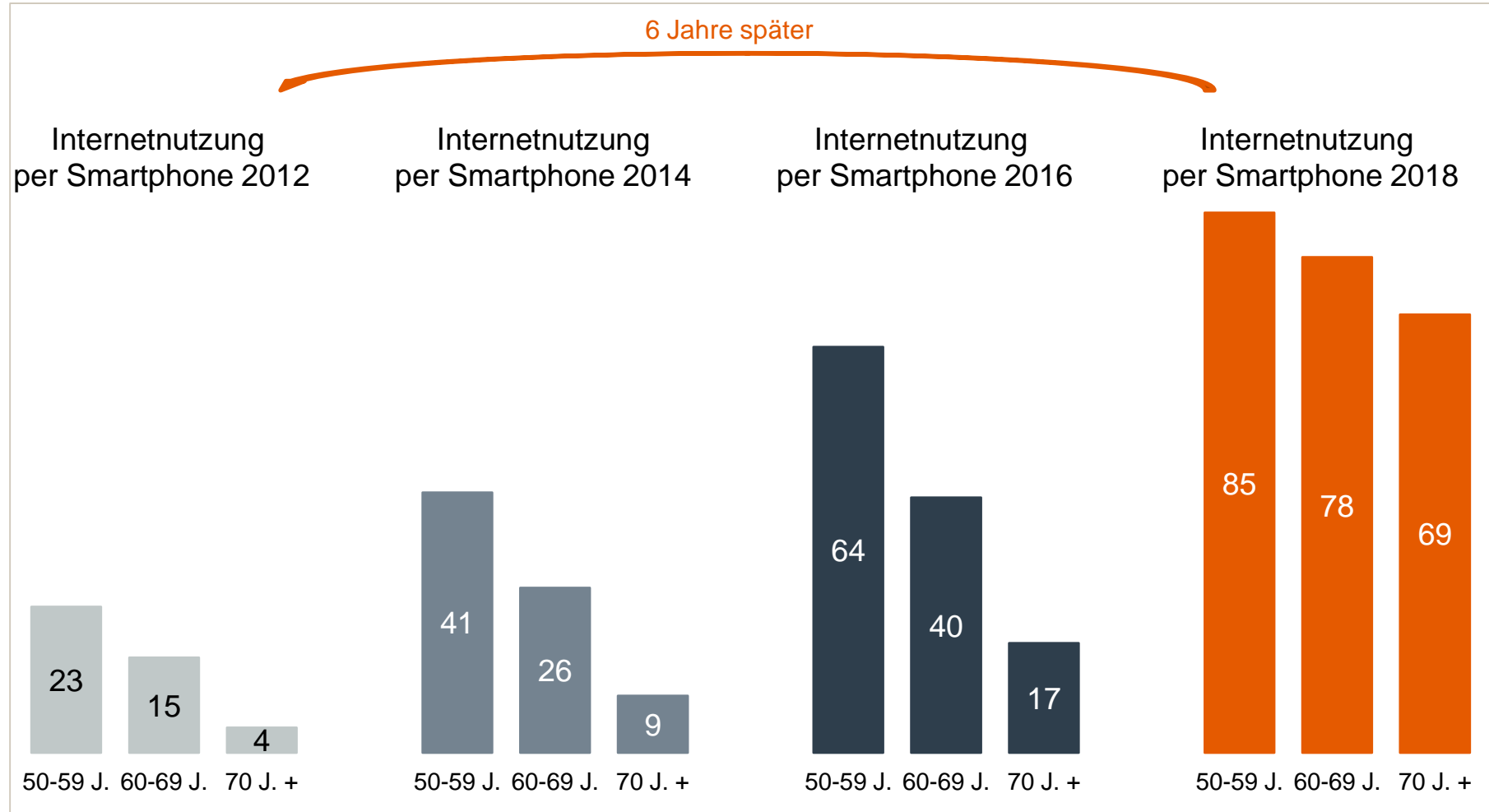


Quelle: GfK Verein; Consumer Study 2012, 2014, 2016, 2018

Die Mehrheit der Internetnutzer über 50 surft mittlerweile (auch) per Smartphone

Anteile Internetnutzung per Smartphone in den letzten 4 Wochen

Basis: Teilgruppe Internetnutzer; Angaben in Prozent (gerundet)



Quelle: GfK Verein; Consumer Study 2012, 2014, 2016, 2018

Hohe Relevanz: Das Handy/Smartphone ist insbesondere für viele 50-59jährige ein praktischer Helfer im Alltag

Aussagen und Einstellungen zum Thema Handy/Smartphone 2018

Basis: Teilgruppe Handy-Nutzer; Zustimmung zu den jeweiligen Aussagen (Top 2 Box einer 4er-Skala); Angaben in Prozent (gerundet)

| | Altersgruppen (Handynutzer) | | | |
|---|-----------------------------|-------------|-------------|--------------------|
| | Alle Handy-nutzer | 50-59 Jahre | 60-69 Jahre | 70 Jahre und älter |
| Basis (Anzahl befragte Handynutzer) | 1893 | 348 | 271 | 263 |
| „Am besten bin ich über mein Handy/Smartphone erreichbar.“ | 73 | 70 | 49 | 29 |
| „Das Internet mit dem Handy/Smartphone, Laptop oder Tablet jederzeit und an jedem Ort nutzen zu können, spart mir viel Zeit.“ | 64 | 59 | 41 | 21 |
| „Mit meinem Handy/Smartphone organisiere ich mein ganzes Leben, also z.B. Kontakte, Termine oder die Navigation.“ | 49 | 40 | 24 | 10 |
| „Ich gebe nur noch meine Handynummer weiter, nicht die Festnetznummer.“ | 46 | 37 | 18 | 13 |
| „Für mich wäre es schlimmer, mein Handy/Smartphone zu verlieren als meine Geldbörse.“ | 34 | 26 | 15 | 7 |

Studienbeschreibung

Methode

| | |
|---------------------|---|
| Quelle: | Consumer Study des GfK Vereins; 2012, 2014, 2016, 2018; Teilbereich Deutschland |
| Methode: | Computer Assisted Personal Interviews (= Capi, ‚face-to-face‘- Umfrage) |
| Befragungszeitraum: | Jeweils im Herbst 2011, 2013, 2015, 2017 |
| Zielpersonen: | Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ) |
| Stichprobe: | Jeweils rund 2000; 2018: n = 2045, davon 1029 Befragte über 50 Jahre |
| davon (2018): | |
| 50 – 59 Jahre | n = 358 |
| 60 – 69 Jahre | n = 302 |
| 70+ Jahre | n = 369 |