

Accenture

life trends

2025

Bahnbrechende Innovationen, die das digitale Erlebnis drastisch verändern, rufen bei den Menschen eine natürliche Reaktion hervor: Sie passen ihren Umgang mit Technologie an, damit die Technologie ihren Zwecken dient. Im Moment stellt sich im Internet die Vertrauensfrage. Die Menschen hinterfragen zunehmend, was sie sehen und was sie glauben. Dies wirkt sich auf das Verhalten der Kunden gegenüber Unternehmen aus.

Accenture Life Trends 2025 untersucht fünf Trends, die die Interaktionen mit Marken, Unternehmen und Regierungsbehörden künftig verändern werden.

Der Preis des Zögerns

Zögern wird zu einem Reflex, da die Menschen nicht mehr automatisch Produktbildern, Bewertungen, Marketingkampagnen und Inhalten, die sie online sehen, vertrauen können. Unternehmen müssen Vertrauen zu einer Priorität machen oder den Preis des Zögerns tragen.

Im letzten Jahr haben,

52% 

von ihnen gefälschte Nachrichten oder Artikel gelesen.

33% 

Deep-Fake-Angriffe oder Betrugsversuche erlebt, die auf persönliche Daten und/oder Geld abzielten.

39% 

im Internet betrügerische Produktbewertungen gesehen.

Die Elternfalle

Eine der größten Herausforderungen für Eltern besteht heute darin, der nächsten Generation zu helfen, ein sicheres Verhältnis zur digitalen Technologie zu entwickeln und Wege zu finden, sie vor den Gefahren zu schützen, die ein uneingeschränkter Online-Zugang mit sich bringt. Eine Beschleunigung der politischen Maßnahmen top-down seitens der Regierungen und der Maßnahmen bottom-up seitens der Eltern und Schulen, um Leitplanken zu schaffen, wird große Auswirkungen auf Organisationen haben - und das schon bald.

Die Signale nehmen zu:

56% 

der 18- bis 24-Jährigen sagen, dass soziale Medien großen Einfluss auf ihre Identitätswahrnehmung haben.

23% 

der über 55-Jährigen äußern diese Meinung ebenfalls.

65% 

finden, dass Eltern die Zeit, die ihre Kinder in sozialen Medien verbringen, begrenzen sollten.*

Ungeduldige Umwege

Viele Menschen empfinden das Streben nach Gesundheit, Wohlstand und Glück als langsam und ermüdend. Die Macht der Gemeinschaft - und ihre starke, persönliche Bindung - befriedigt ihre wachsende Ungeduld, wenn es um neue Wege und Denkweisen für ein erfülltes Leben geht.

Lebensbereiche, in denen sich Menschen langfristige Unterstützung wünschen:

55% 

der Menschen bevorzugen schnelle Lösungen gegenüber traditionellen Methoden, um ihre gesundheitlichen und finanziellen Ziele zu erreichen.

63% 

der Menschen holen sich in sozialen Medien Inspiration, wie sie Dinge cleverer angehen können.

68% 

der Menschen würden stärker mit einer Marke interagieren, die sie durch Blogs und Videos aufklärt.

Würde und Arbeit?

Der Wert der Arbeit ist ein wichtiger Pfeiler eines gesunden Arbeitsumfelds, wird jedoch immer häufiger durch wirtschaftlichen Druck, technologischen Fortschritt und ständig wechselnde menschliche Dynamiken beeinträchtigt. Wie sollen unmotivierte Mitarbeitende ihr Bestes für die Kund:innen geben?

Erwartungen vs. Erfahrung:

52% 

Der Menschen sehen die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben als oberste Priorität.

29% 

der Beschäftigten glauben, dass ihre Vorgesetzten in ihrem Interesse handeln.

49% 

der Beschäftigten sagen, dass ihre Vorgesetzten öfter Produktivitätssteigerungen verlangen, als über Kundennutzen oder Fortbildungsmöglichkeiten zu sprechen.

Zurück zur neuen Natürlichkeit

So wie Renaturierung die Natur wiederherstellt, so belebt soziale Renaturierung die Verbindungen der Menschen untereinander und mit ihrer Umgebung. Um in der heutigen schnelllebigen Welt Erfüllung zu finden, muss man sich Zeit nehmen, um abzuschalten und sich auf sinnvolle Aktivitäten und Interaktionen im realen Leben zu konzentrieren - was neue Möglichkeiten für Unternehmen bietet.

Die beliebtesten Aktivitäten, die Menschen in den letzten 12 Monaten verstärkt ausgeübt haben:

48% 

Zeit draußen/ in der Natur verbringen

47% 

sich mit Freunden im realen Leben treffen

47% 

Einkaufen in physischen Lebensmittelläden

36% 

in anderen Einzelhandelsgeschäften einkaufen

30% 

physische Bücher oder Magazine lesen



Vollständigen Bericht lesen 

accenture.de/LifeTrends

Quelle: Accenture Life Trends Umfrage Juli 2024

*YouGov Global Profiles, Time period: 12 months ended 15 May 2024 (n= 332.530). Base: Global Adults, Question: I think parents should limit the time their child(ren) spend(s) on social media (Agree, 3-point scale)

Copyright © 2024 Accenture. All rights reserved.