

A close-up photograph of a young man with a friendly smile, looking at a black smartphone held in his hand. The background is a world map with some areas highlighted in orange and yellow. The Accenture logo is overlaid on the image.

accenture

High performance. Delivered.

**„Millennials vor den Toren“ –
Anspruch der Internet-Generation an IT**

27. Januar 2009

IT macht das Geschäft von Unternehmen so flexibel wie nie

Dafür sorgen vier Technologie-Trends:

1. internet-orientierte IT
2. Konvergenz von Kommunikation, Collaboration, Communities und Inhalt
3. mobile Endgeräte
4. neue Daten-Management-Technologien

Drei Faktoren üben großen Einfluss auf die weitere Entwicklung dieser Trends aus:

1. IT-Sicherheit und IT-Verlässlichkeit
2. Druck zu Nachhaltigkeit
3. Umgang der „Millennials“ (Internet-Generation) mit IT

→ Millennials sind Gegenstand der folgenden Untersuchung

Die Millennials...

...sind zwischen 14 und 32 Jahre alt (Jahrgänge '77-'94)

...sind mit Internet und mobilen Endgeräten aufgewachsen bzw. erwachsen geworden

...sind vor kurzem in die Berufswelt eingetreten bzw. werden es in absehbarer Zeit tun

...haben einen hohen Anspruch an Technologie:

„Für die Wahl meines (nächsten) Arbeitgebers ist entscheidend, ob er seinen Mitarbeitern neueste Technologie und State-of-the-art-Equipment zur Verfügung stellt.“

Schüler/Studenten

65%

Berufstätige

67%

Kern-Erkenntnisse



Goldene Zeiten für die Schatten-IT

Millennials schleppen ihre gewohnten Anwendungen und Geräte in Unternehmen ein. Dabei bringen sie ein eher gering ausgeprägtes Sicherheitsbewusstsein mit.

Web-Reife entwickelt sich zum Härtesten für Unternehmen

Ob als Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner – Millennials erwarten webbasierte Echtzeit-Interaktion und neue Plattformen der internetgestützten Zusammenarbeit.

Der E-Mail blüht die Brief-Zukunft

Im Privatleben ist die E-Mail längst abgelöst. Millennials kommunizieren über Instant Messaging und Social Networks. Das wird sich auch in der Berufswelt durchsetzen.

„M“ wird das neue „e“

Millennials erwarten mobiles und flexibles Arbeiten. Sie wollen mit den Anwendungen ihrer Wahl kommunizieren und mit den Geräten ihrer Wahl arbeiten.



In der Freizeit: Dominanz von Instant Messaging und Social Networks

26% der Millennials kommunizieren im Bekanntenkreis am häufigsten über das Internet
(Schüler/Studenten 32%, Berufstätige 20%).

Davon verbringen sie pro Woche durchschnittlich...

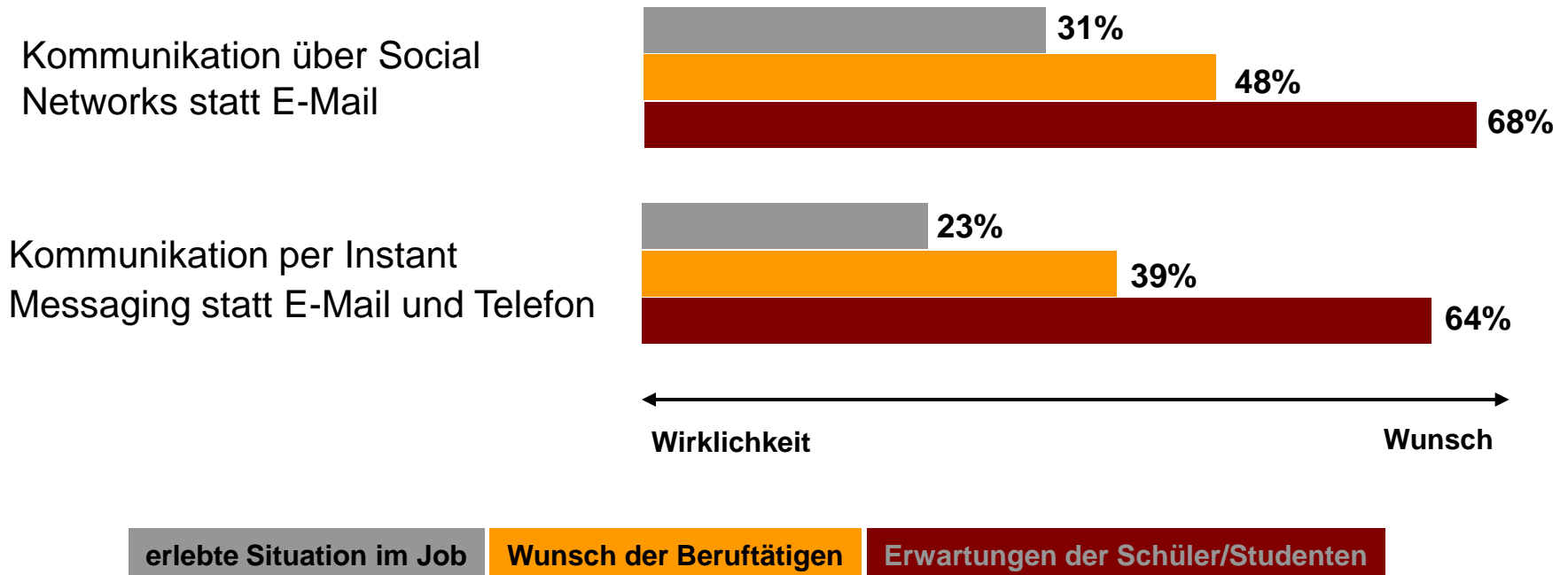
...**6 Stunden** mit **Instant Messaging** (Schüler/Studenten 9 h, Berufstätige 3 h)

...**4 Stunden** mit **Social Networks** (Schüler/Studenten 4.5 h, Berufstätige 2.5 h)

...**2 Stunden** mit **E-Mail** (Schüler/Studenten 1.8 h, Berufstätige 2.8 h)

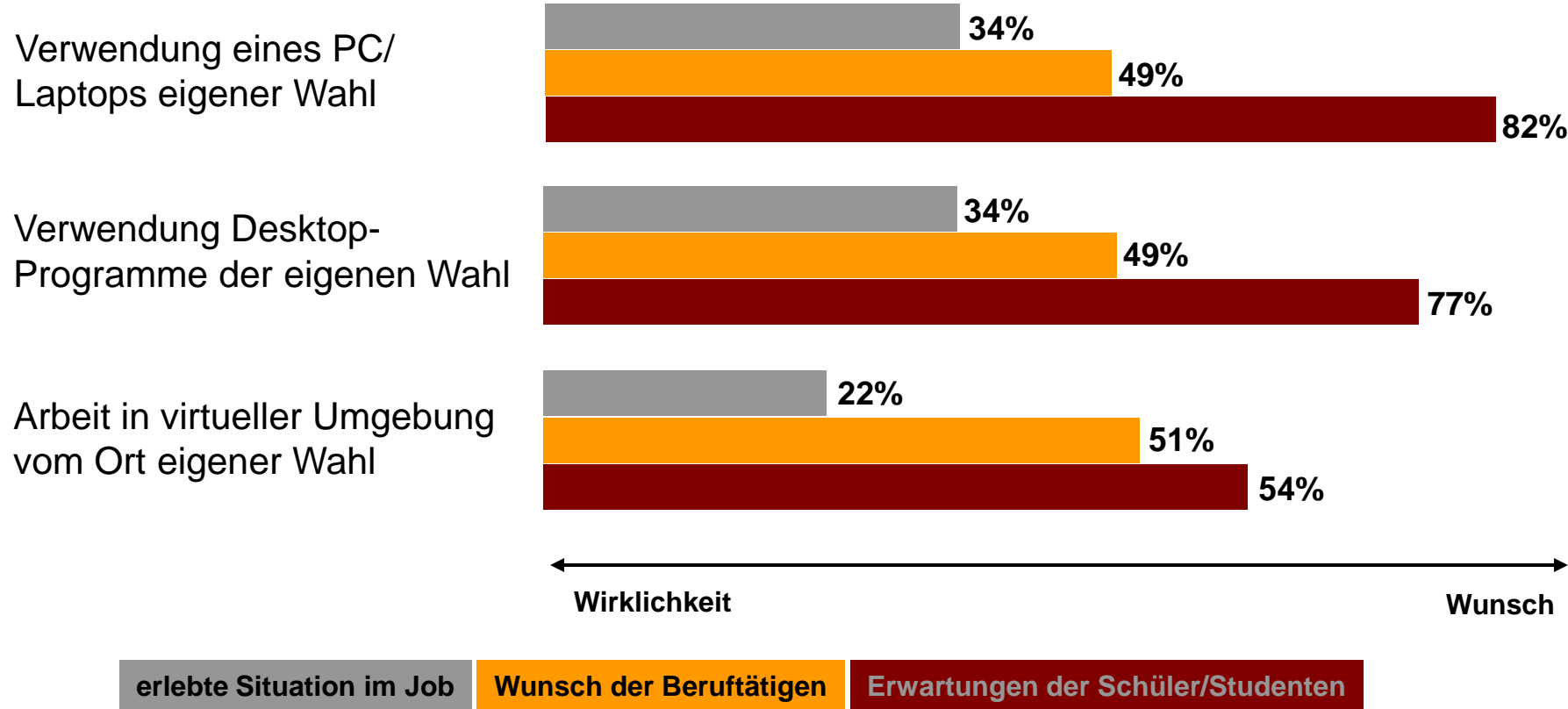
Am Arbeitsplatz: Wunsch nach neuen Kommunikationskanälen

Am Arbeitsplatz verbringen berufstätige Millennials noch **6.6 Stunden** pro Woche mit E-Mail. Sie wollen jedoch stärker über Instant Messaging und Social Networks kommunizieren als über die klassischen Kanäle.



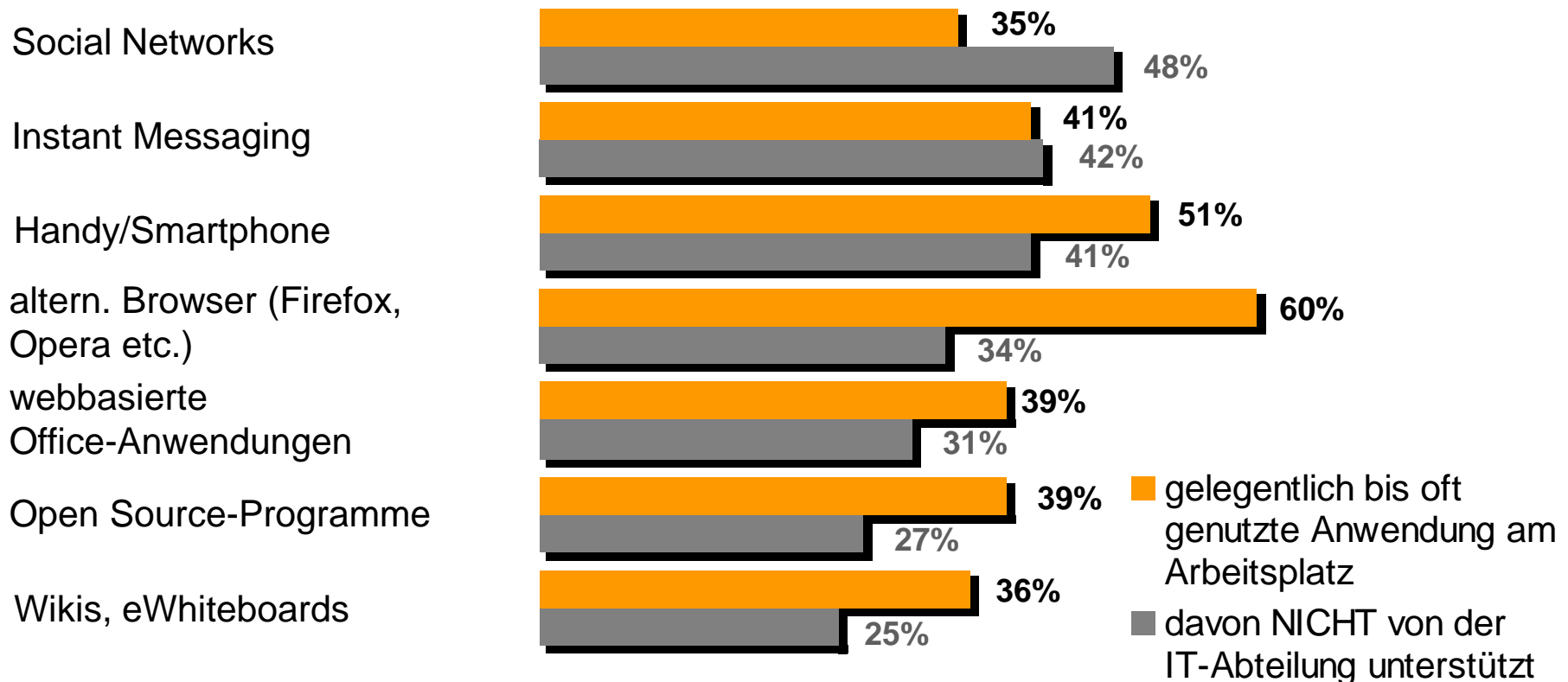
Am Arbeitsplatz: Wunsch nach mehr Selbst-Bestimmtheit

Wunsch und Wirklichkeit gehen auch an anderer Stelle auseinander: Die heutige Arbeitssituation ist längst nicht so selbstbestimmt wie die Millennials es erwarten.



Am Arbeitsplatz: Einschleppen des Gewohnten und Gewünschten

Die Millennials helfen sich selbst: Sie schleppen ihre Anwendungen und Geräte am Arbeitsplatz ein – unter dem Radar der IT-Abteilung.

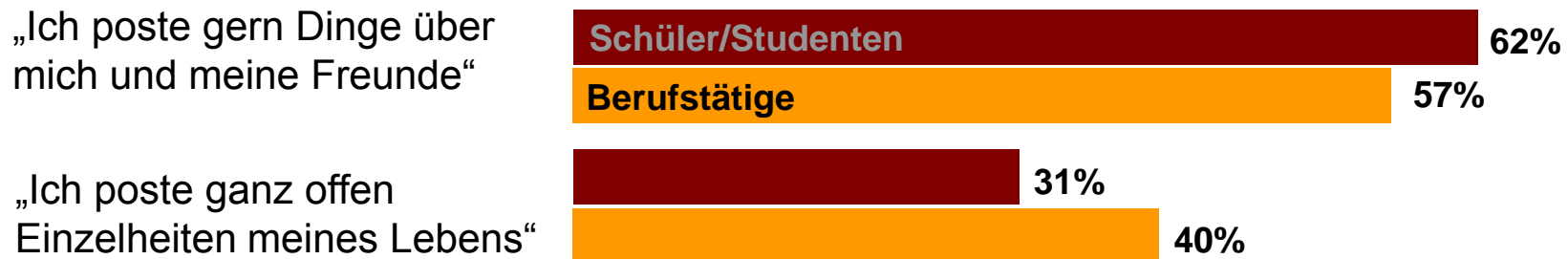


Am Arbeitsplatz: Gering ausgeprägtes Sicherheitsbewusstsein

- 21%** der Millennials wissen nicht, ob ihr Arbeitgeber es untersagt, Informationen über Arbeit und Kunden in Social Networks/Wikis zu verwenden
- 10%** der Millennials verstehen solche Richtlinien nicht/halten sich nicht daran
- 30%** der Millennials sagen, es gebe keine entsprechenden Anweisungen

Richtlinien zur Verwendung von Informationen in Social Networks und Wikis sind unentbehrlich.

Denn schon das private Verhalten der Millennials in Social Networks verheißt Probleme:





Am Arbeitsplatz: Positive Einstellung zu webbasierten Interaktionen

In **deutschen Unternehmen** laufen verhältnismäßig wenige Interaktionen webbasiert und automatisiert ab – **25%** mit Mitarbeitern, **23%** mit Kunden.

In **High Performance-Unternehmen*** laufen **52%** der Interaktionen mit Mitarbeitern webbasiert und automatisiert ab, **53%** der Interaktionen mit Kunden.

Berufstätige Millennials gehen noch weiter: Sie schätzen, Unternehmen könnten **66%** der Interaktionen mit Mitarbeitern webbasiert und automatisiert ablaufen lassen, **56%** der Interaktionen mit Kunden.

Konsequenzen für Unternehmen

State-of-the-art-IT, flexible Arbeitsmodelle und neue Kommunikationswege werden **wichtige Kriterien**, um den qualifizierten und motivierten **Nachwuchs** als Mitarbeiter **zu gewinnen**.

Webbasierte Prozesse und Interaktionen werden ein wichtiger Faktor für die **Wettbewerbsfähigkeit** von Unternehmen. Millennials bringen die dafür richtige Einstellung mit.

Unternehmen brauchen **IT-Sicherheitsstrategien** für neue Kommunikationskanäle (IM, SN), für mobiles Arbeiten und als Antwort auf das ‚Einschleppen‘ privater Anwendungen und Geräte.

Der Einfluss der Millennials begünstigen die Einführung **flexibler, demand-getriebener Systeme und Technologien** (Saas, Cloud Computing).

Die Bereitschaft der Millennials zu flexiblen Arbeitsmodellen kann sich positiv auf die **Green-IT-Agenda** von Unternehmen auswirken.

Bemerkungen zur Erhebung

570 Befragte zwischen 14 und 32 Jahre

Online-Befragung, repräsentativ für die befragte Altersgruppe

Alle berufstätigen Befragten haben mindestens die mittlere Reife.

Alle berufstätigen Befragten verbringen den größten Teil ihrer Arbeitszeit mit IT-gestützten Tätigkeiten.

Die Befragung fand statt im Dezember 2008/Januar 2009

Kontakt

Tönnies von Donop

Geschäftsführer des Bereichs System Integration & Technology bei Accenture
(deutschsprachiger Raum)

Kontakt über

Jens Derksen (Media Relations)

jens.derksen@accenture.com

Tel. 06173-94 31 393

o. 0175-57 61 393