

Wearables: Alltagsrelevanz bestimmt die Akzeptanz **AIM-Consumer: Ambivalenz hinsichtlich Datenmissbrauch**

Wearables sind in aller Munde, und speziell im Weihnachtsgeschäft werden diese vielerorts angepriesen. Dennoch erfreuen sich die kleinen, praktischen Begleiter nicht des erwarteten Hypes. Besonders stark ist die Skepsis bei implantierten Chips ausgeprägt, doch auch im Fall von abnehmbaren Geräten wie Fitnessarmbändern, Smartwatches und Datenbrillen ist der alltagsrelevante Nutzen für die Österreicher nicht ersichtlich. Hinsichtlich Datenschutz hat man gemischte Gefühle; so bestehen zwar Bedenken, doch auf Convenience möchte man deswegen dennoch nicht verzichten. Der Austrian Internet Monitor hat die Details im Rahmen einer telefonischen Basisstichprobe und einer vertiefenden Online-Befragung erhoben.

Wearables: Skepsis nimmt ab, aber noch keine Zunahme der Nutzung

Wearables kommen nicht so recht vom Fleck. Fitnessarmbänder, Smartwatches und Datenbrillen sind aktuell noch ein Nischenprogramm. Selbst in der Trendzielgruppe der Digitalen Individualisten ist das Potenzial innerhalb eines Jahres zwar leicht gestiegen, doch sieht sogar diese – gegenüber Innovationen aufgeschlossene – Gruppe noch nicht die zündenden Vorteile dieser Geräte.

Ein möglicher Benefit könnte etwa in finanziellen Anreizen durch Anbieter bestehen – beispielsweise für freiwillig bereitgestellte Daten. Die Akzeptanz dafür ist gegenüber 2016 gestiegen, gleichzeitig werden auch Datenschutz- und Gesundheitsbedenken geringer. Weiters erkennt man weniger praktischen Vorteil im permanenten Tragen der Wearables, wobei Teenager davon mit Abstand am stärksten überzeugt sind. „Die digitalen Begleiter sind – gerade in der jungen Population – mittlerweile zu einer Selbstverständlichkeit geworden, wodurch die ständige Verfügbarkeit durch das Tragen am Körper als Vorteil nicht mehr ausreicht. Nutzer hinterfragen den praktischen Benefit immer stärker und erhalten bislang noch zu wenig überzeugende Antworten.“, so Martin Mayr, Mitglied der Geschäftsleitung von INTEGRAL.

Implantierte Chips: Österreicher überwiegend skeptisch, aber jeder Siebente findet es interessant

Erwartungsgemäß sehr zurückhaltend fallen die Reaktionen auf das Angebot implantierter Chips aus. Es herrschen vor allem ängstliche Reaktionen vor. Selbst Digitale Individualisten stehen diesem Angebot weitgehend skeptisch gegenüber.

Ambivalenz betreffend Datenmissbrauch: Bedenken bestehen, auf Convenience will man trotzdem nicht verzichten

Eine deutliche Mehrheit äußert Bedenken, dass persönliche Daten über das eigene Surfverhalten oder Apps in die falschen Hände gelangen könnten. In der praktischen Anwendung möchte man dadurch dennoch nicht auf die bequemen Helfer verzichten, potenziellen Datenmissbrauch nimmt man notgedrungen in Kauf.

Der INTEGRAL AIM-Consumer wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung mittels telefonischer Interviews (n=1.000 pro Quartal), repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, durchgeführt. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien. INTEGRAL ist Spezialist im Bereich der Internet- und Onlineforschung und liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien. Damit verfügt INTEGRAL über eine mehr als 20-jährige Forschungserfahrung im Bereich Internet.

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Mag. Martin Mayr und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung, zur Verfügung.

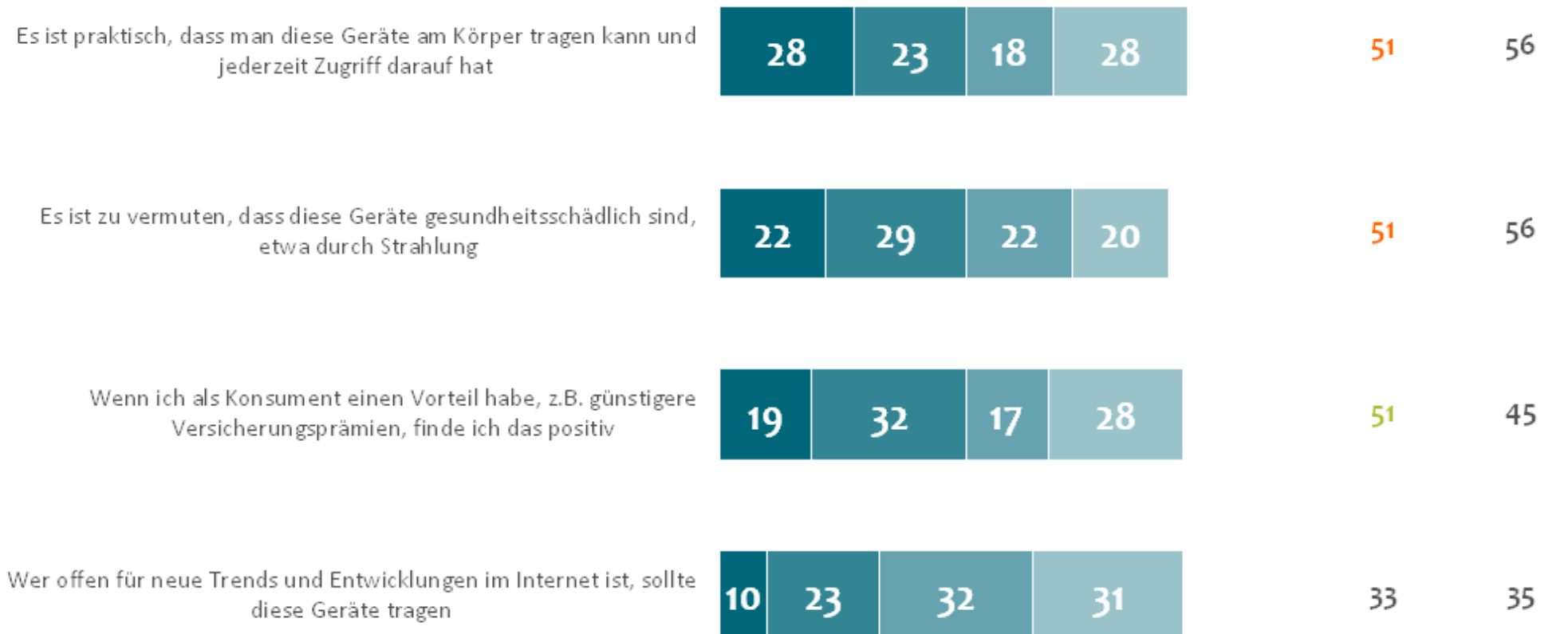
www.integral.co.at, [Anfragen an aim@integral.co.at](mailto:Anfragen.aim@integral.co.at), Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94

EINSTELLUNG ZU WEARABLES

Stimme *** zu

■ voll und ganz ■ eher ■ eher nicht ■ gar nicht

TOP 2
Q3/17 Q3/16



Frage 10: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Wearables wie Smartwatches, oder Fitnessarmbändern zu?

Basis: Alle Befragten, Zufallsauswahl