

Wearables vor dem Durchbruch in den Mainstream?

AIM-Consumer: Aufgeschlossenheit vor allem gegenüber Fitnessarmbändern

Wearables sind aktuell noch ein Minderheitenprogramm. Doch das könnte sich rasch ändern. Ein Drittel der Bevölkerung steht der künftigen Nutzung von Fitnessarmbändern generell positiv gegenüber, und zwar breit gestreut über die Altersgruppen. Bei Smart Watches ist ein Viertel aufgeschlossen - hier dominieren jedoch die Jungen. Datenbrillen werden dagegen noch recht zurückhaltend gesehen. Wer dabei den Ton angibt, zeigt der Austrian Internet Monitor.

Nicht nur Junge interessieren sich für Fitnessarmbänder

Zwar sind es die 20-29-Jährigen, unter denen sich das größte Potenzial zeigt – 48% dieser Altersgruppe können sich vorstellen, ein Fitnessarmband zu verwenden. Doch ist das Interesse quer über die Altersgruppen vorhanden. So kann sich immerhin noch ein Drittel der Personen zwischen 50 und 69 Jahren vorstellen, das Wearable fürs Handgelenk zu nutzen. Besonders ausgeprägt ist die potenzielle Verwendung bei leitenden Angestellten und bei Personen in Ausbildung (jeweils 49%).

Smart Watches reizen vor allem die Jugend

Unter jenen, die sich vorstellen können, eine Smartwatch zu verwenden, ist dagegen ein deutliches Altersgefälle erkennbar. 52% der 14-19-Jährigen interessieren sich für die multifunktionale Uhr, jedoch nur 9% in der Gruppe 70+. Das Potenzial liegt bei Männern (31%) deutlich höher als bei Frauen (22%).

Datenbrillen als Nischenprogramm

Nur 16% interessieren sich für Datenbrillen. Bei den Teenagern ist das Interesse mit 41% zwar recht ausgeprägt, doch nimmt dieses mit zunehmendem Alter drastisch ab. Frauen sind kaum an dieser Form der Wearables interessiert (9%), während Männer mit 25% zumindest eine gewisse Aufgeschlossenheit bekunden. Es bleibt abzuwarten, ob die neu erschienene Kamerabrille „Spectacles“ von Snapchat dem Thema frischen Wind verleiht.

Digitale Avantgarde zeigt sich Wearables gegenüber aufgeschlossen

Die Trendzielgruppe der Digitalen Individualisten unterstreicht, wo die Reise hinget. Vier Fünftel wollen in Zukunft Wearables verwenden – das lässt ein beachtliches Wachstum auch in anderen Zielgruppen erwarten. Diese individualistische, vernetzte, digitale Avantgarde nimmt in ihrer Eigenschaft als Trendsetter, die ständig auf der Suche nach neuen Erfahrungen sind, künftige Entwicklungen vorweg. Liegt ihr Nutzungsverhalten über dem Bevölkerungsdurchschnitt, so ist zu erwarten, dass in naher Zukunft auch andere Zielgruppen neue Trends übernehmen.

Datenschutz und Alltagstauglichkeit verunsichern

Allgemein gibt es noch etliche Unsicherheiten bezüglich Wearables. Wichtige Diskussionsthemen sind etwa Datenschutz oder gesundheitliche Fragen. „Am wesentlichsten ist aber wohl die Frage der Alltagstauglichkeit und der praktischen Nützlichkeit. Teile der Digitalen Avantgarde sind diesbezüglich schon begeistert, und langsam kann sich auch der Mainstream besser vorstellen, was man mit den Wearables anfangen kann“, sagt dazu Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL.

Der INTEGRAL AIM-Consumer wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung mittels telefonischer Interviews, 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 20-jährige Forschungserfahrung im Bereich Internet.

Über INTEGRAL

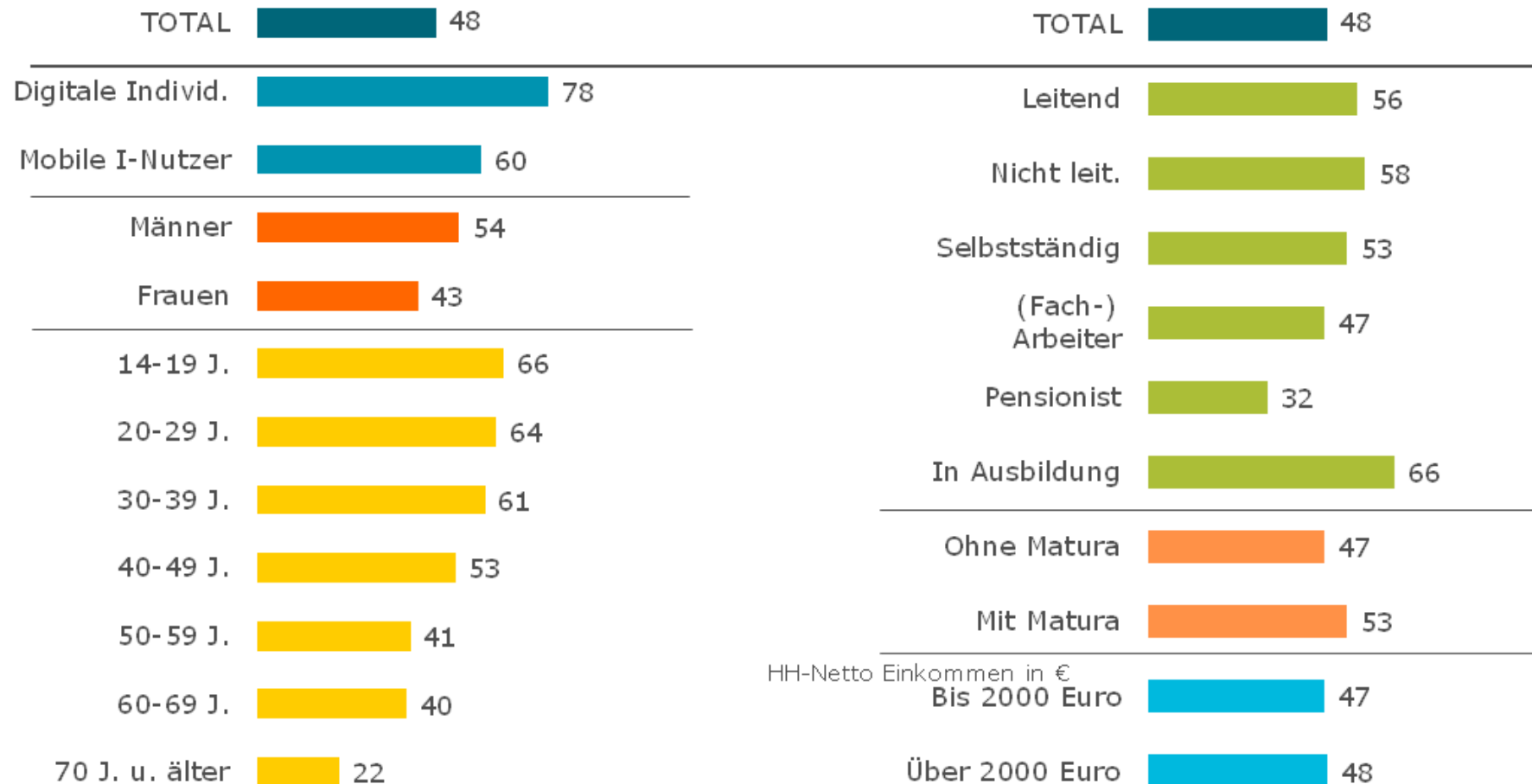
INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL 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 Dr. Bertram Barth 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

Nutzerpotenzial Wearables

Zumindest ein Wearable genutzt oder Nutzung vorstellbar



Frage BA: Es gibt verschiedene Arten von Computern, die man am Körper trägt, so genannte Wearables. Welche der folgenden Geräte können Sie sich vorstellen zu verwenden bzw. verwenden Sie bereits? (Smartwatch, Fitnessarmband, Datenbrille)

Basis: Alle Befragten