# Connected Living: SEDICMA

## Studie zur Attraktivität und Potentialen von konvergenten Technologien

München/ Berlin, Februar 2011

facit research

CONNECTED LIVING

# Ausgangslage

## Konvergenz als Zukunftstrend

- Für viele Menschen wird das Thema der gemeinsamen Nutzung von Geräten und Inhalten immer konkreter. Besonders unter dem Schlagwort »das vernetzte Haus« werden immer mehr Funktionen und Services zentral nutzbar im Haushalt vieler Konsumenten.
- Gemeinsam mit den Mitgliedern des Connected Living e.V. wird das Ziel der Förderung und Entwicklung innovativer, branchenübergreifender Lösungen für die intelligente Heimvernetzung und entsprechend tragfähiger Geschäftsmodelle verfolgt.

Das Innovationszentrum Connected Living e.V. dient der Förderung und Entwicklung innovativer, branchenübergreifender und herstellerunabhängiger Lösungen für die intuitive und intelligente Heimvernetzung. Ziel ist es, maßgebliche Partner aus den verschiedenen Anwendungsbranchen Kommunikation, Energie, Medien, Sicherheit und Gesundheit einzubinden, um mit neuen und zukunftsweisenden Möglichkeiten der intelligenten Heimvernetzung die Lebensqualität zu erhöhen und tragfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln. Connected Living soll zu Wachstum und Beschäftigung und zur weiteren Stärkung Deutschlands als konkurrenzfähigem Standort im internationalen Wettbewerb beitragen. Neben Alcatel-Lucent, der AOK, der Bundesdruckerei, Cisco und der Deutschen Telekom sind dort unter anderem Firmen wie E.ON Metering, Serviceplan, Dr. Riedel Automatisierungstechnik, EnBW, Loewe, Miele und Vattenfall u.v.m. organisiert.
ww.connected-living.org

Facit ist ein innovatives Dienstleistungsunternehmen für Marktforschung und Beratung und gehört zur Serviceplan Gruppe. Facit entwickelt handlungsrelevante Entscheidungsgrundlagen auf Basis tiefer, aussagekräftiger Consumer Insights in Bezug auf alle Phasen der Produktentwicklung und Marketingwertschöpfung. Hierzu werden individuelle Analysemethoden und validierte Tools eingesetzt, die genauestens auf die Fragestellungen der Kunden abgestimmt sind. Besonders im Bereich der nutzerzentrierten Forschung verfügt Facit über fundierte Erfahrungen aufgrund zahlreicher Innovationsprojekte, im Rahmen derer Facit bereits in frühen Entwicklungsphasen die Bedürfnisse der Nutzer in den Vordergrund der Entwicklungsarbeit gestellt und qualitativ sowie quantitativ analysiert hat.
www.facit-group.com

# Zielsetzung

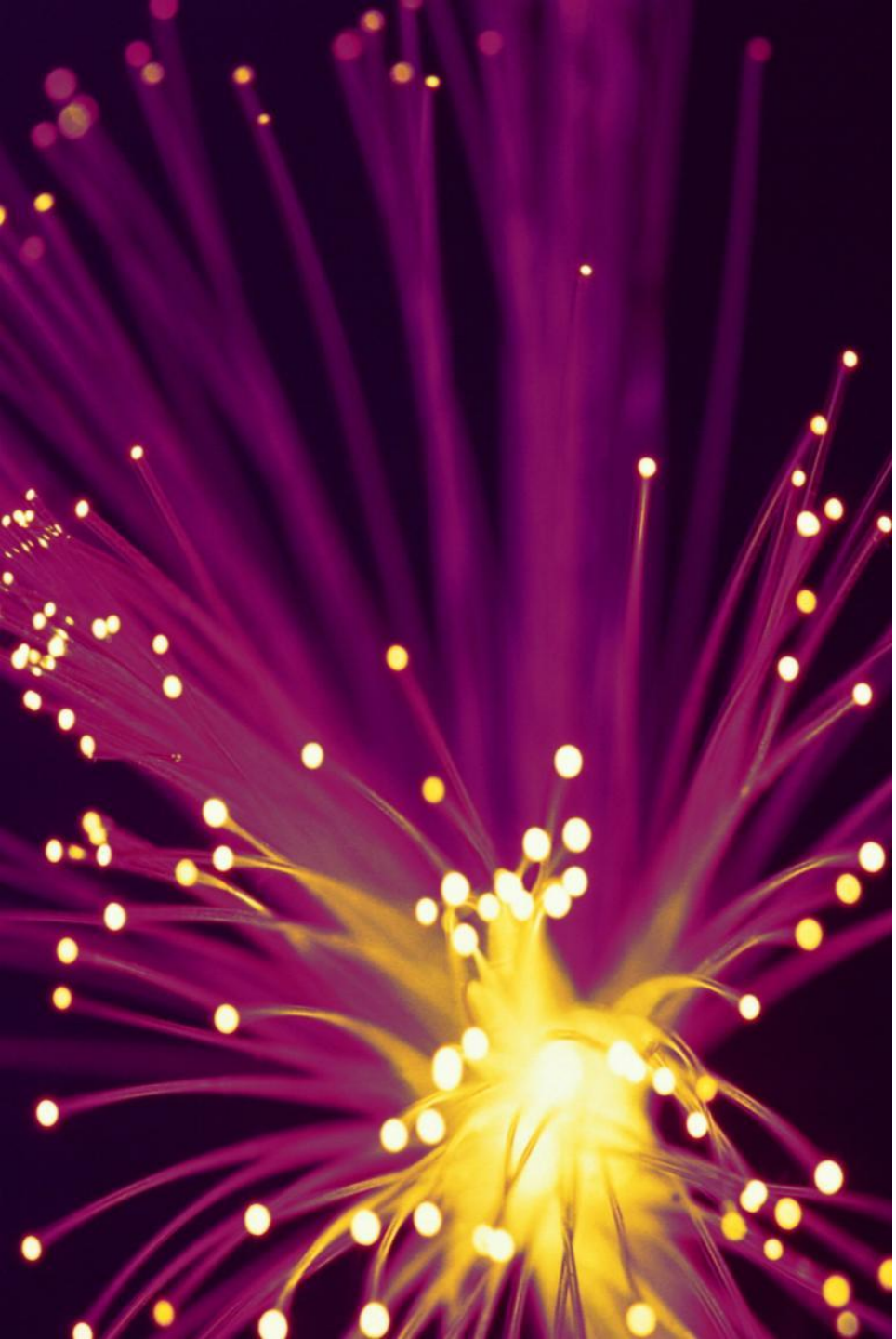
## Erkenntnisse über die Attraktivität und das Potential für das Konzept Connected Living / SEDICMA

- Die Studie wurde durchgeführt im Rahmen des Forschungsprojektes SEDICMA (Service Enabled Devices for Intelligent Connected Media Assistence)
- Der Fokus liegt dabei auf Endgeräten für eine intelligente, vernetzte Medienassistenz. Im Forschungsansatz geht es um eine neue Funktionalität, bei der der Konsument Unterstützungsdienste für den Medienkonsum in einer Weise präsentiert bekommt, die sowohl unabhängig ist vom Endgerät, das dieser gerade benutzt als auch von der (physikalischen) Quelle, in der die Medieninhalte liegen.
- Dazu werden Partner aus den verschiedenen Anwendungsbranchen Entertainment und Kommunikation, Versorgung und Haushalt, Energieeffizienz, Konsumelektronik, Sicherheit und Komfort, Gesundheit und häusliche Pflege in Gesamtszenarien eingebunden.
- Im Rahmen des Entwicklungsprozesses soll die vorliegende Marktforschung Erkenntnisse über die Attraktivität und das Potential für das Konzept Connected Living liefern.
  - **Attraktivität des Konvergenzthemas im Sinne von Interesse und Nutzungsbereitschaft**
  - **Details zu möglichen Zielgruppen und spezifische Erkenntnisse für einzelne Anwendungsbereiche im Rahmen der Konvergenz**

# Testdesign

## Eckpunkte der Befragungen

| | |
|---|---|
| **Methode** | ▪ Online-Befragung á 30 Minuten<br>▪ Einsatz eines Online-Panels |
| **Stichprobe** | ▪ Bevölkerungsrepräsentativ (Onlinebevölkerung Deutschland > 35 Mio. Personen)<br>▪ Stichprobe N=1.517 |
| **Zeitraum** | ▪ Ende 2010 |
| **Durchführung** | facit research |
| **Projektpartner SEDICMA** | Deutsche Telekom Laboratories, LOEWE., ProSyst, MERGSYSTEMS, condat, ART+COM, DAI-Labor TU Berlin, facit research |



# Studien-ergebnisse: Key Findings

facit research

CONNECTED LIVING

# Studienergebnisse: Key Findings

## Attraktivität und Potentiale (I)

- Das hohe Potential von 37% Konvergenzinteressierten lässt einen sehr **großen, unmittelbar absehbaren Markt** prognostizieren.
- Die gleichermaßen hohe Nutzungsbereitschaft beweist zudem die **fortgeschrittene Marktreife** des Themas Konvergenz.

- Technische Faszination ist zwar Treiber des Interesses, reicht aber als Motivation für die Umsetzung im eigenen Umfeld nicht aus. **Nutzer-Komfort** hat ebenso hohe Bedeutung.
- Die bedürfnisorientierte Beurteilung der einzelnen Anwendungsbereiche ist durch die **Technikgetriebenheit** überlagert, allerdings haben die Konvergenzanwendungen für Küche und Haushaltsgeräte den größten Anteil an Early Adoptern.

# Studienergebnisse: Key Findings

## Attraktivität und Potentiale (II)

- Erstaunlicher Befund ist, dass sich die Interessenten generell soziodemographisch **nicht von den Nicht-Interessenten unterscheiden**, d.h. übliche Alters-, Einkommens- oder Geschlechtsunterschiede eher nicht bestehen. Bei der Art des Interesses sind jedoch teilweise Unterschiede deutlich.
- **Mediennutzung** und **Haussicherheit** führen die Anwendungsinteressen an, gefolgt von **Energiesparen**.
- Bei der Steuerung von Küchengeräten und Gesundheitsthemen besteht auf Anwenderseite noch Informationsbedarf hinsichtlich der Möglichkeiten.

- 30% der Interessierten (37% der Interessierten aus der Onlinebefragung*) sind Early Adopters;
- ergo stehen mehr als **drei Millionen Verbraucher bereits in den Startlöchern**

***** Basis: 35 Mio. Onliner in Deutschland

# Ausgewählte Details: Attraktivität Connected Living

facit research

CONNECTED LIVING

# Attraktivität »Connected Living«

## Verbale Beschreibung

**Den Befragten Personen wurde das Thema »Connected Living« in der Untersuchung wie folgt erklärt:**

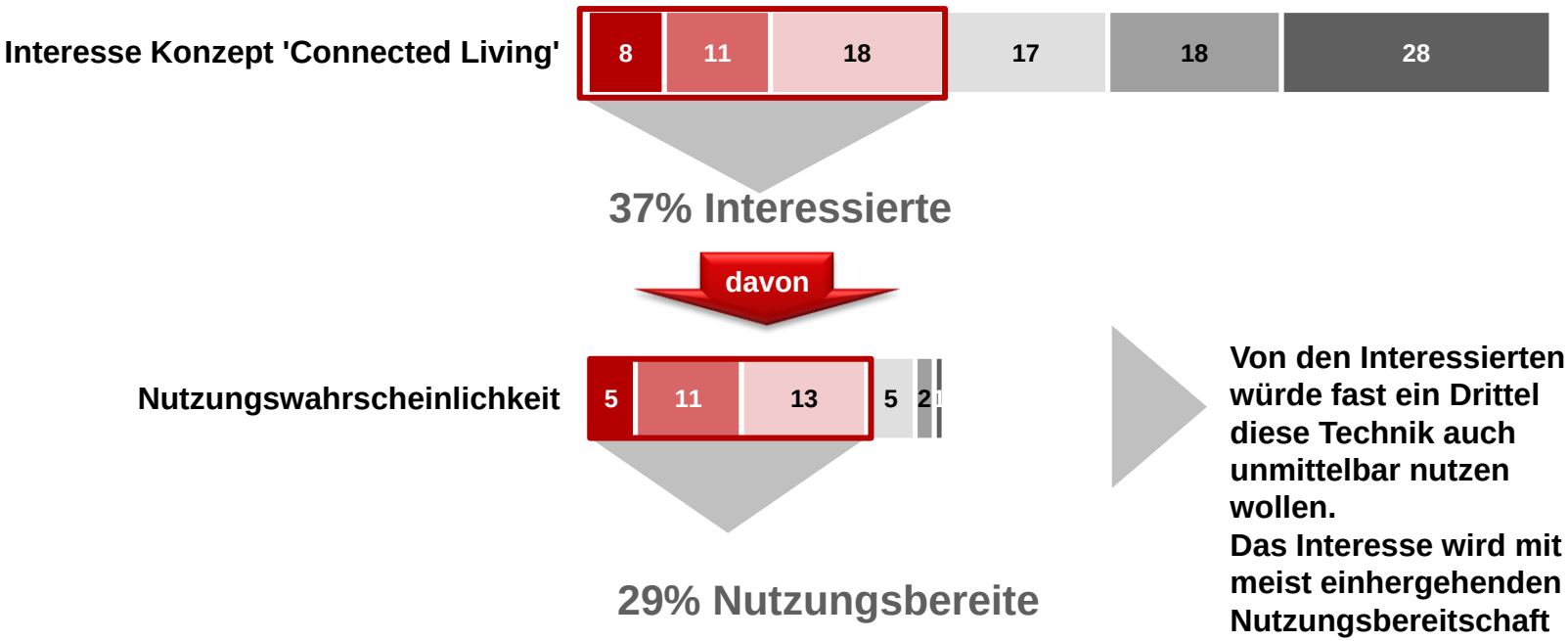
**»Connected Living«**

Vernetzung von unterschiedlichen Endgeräten in Ihrem Haushalt mit Diensten aus den Bereichen Entertainment, Wissensversorgung, Haushaltsautomatisierung, Gesundheit und Energieverbrauch.

Dies würde es Ihnen z.B. ermöglichen, Ihre Küchengeräte vom TV aus zu steuern, oder auf Ihrem Kühlschrankdisplay Kochsendungen zu sehen – und dann gleich die Rezepte live nachzukochen. Dabei werden dann Backofen, Dunstabzug und Herd passend automatisch gesteuert und im Vorhinein angestellt (z.B. Vorheizen noch vom Wohnzimmer aus).

# Interesse und Nutzungswahrscheinlichkeit

## Das Potential für »Connected Living« drückt sich in 37% Interessierten und davon 29% Nutzungsbereiten aus.



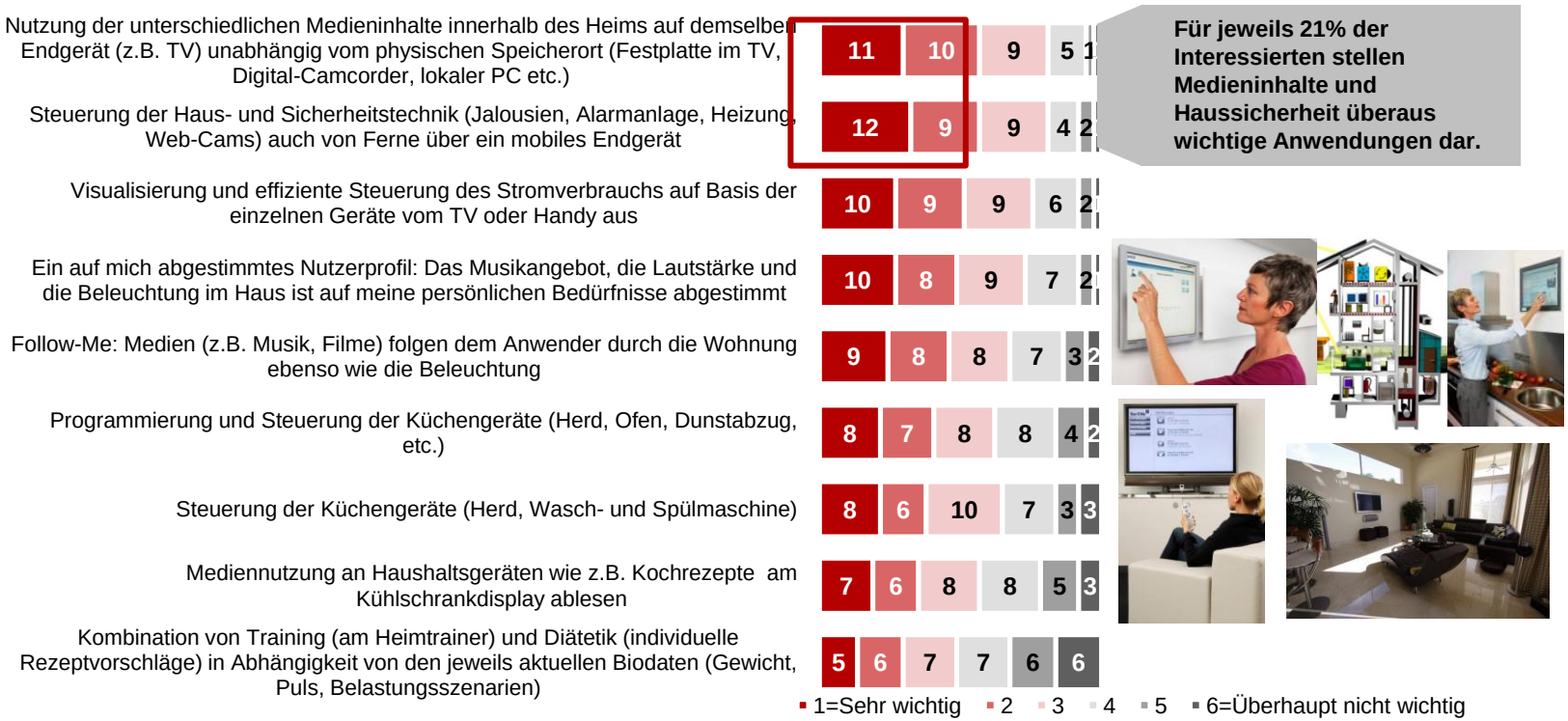

**Von den Interessierten würde fast ein Drittel diese Technik auch unmittelbar nutzen wollen.**
**Das Interesse wird mit der meist einhergehenden Nutzungsbereitschaft untermauert.**

Basis: 1.517 Personen. Angaben in Prozent. Mit Antwortvorgabe.
Frage 26: Interesse ‘Connected Living‘; Frage 28: Nutzungswahrscheinlichkeit ‘Connected Living‘

# Interesse an den Detailanwendungen

## Die Nutzung unterschiedlicher Medieninhalte auf einem Endgerät und die Steuerung der Haus- und Sicherheitstechnik sind die wichtigsten Anwendungen.

**Von den 37% der Interessierten wurden hinsichtlich der Nutzung folgende Interessen an Detailanwendungen angegeben:**




**Für jeweils 21% der Interessierten stellen Medieninhalte und Haussicherheit überaus wichtige Anwendungen dar.**









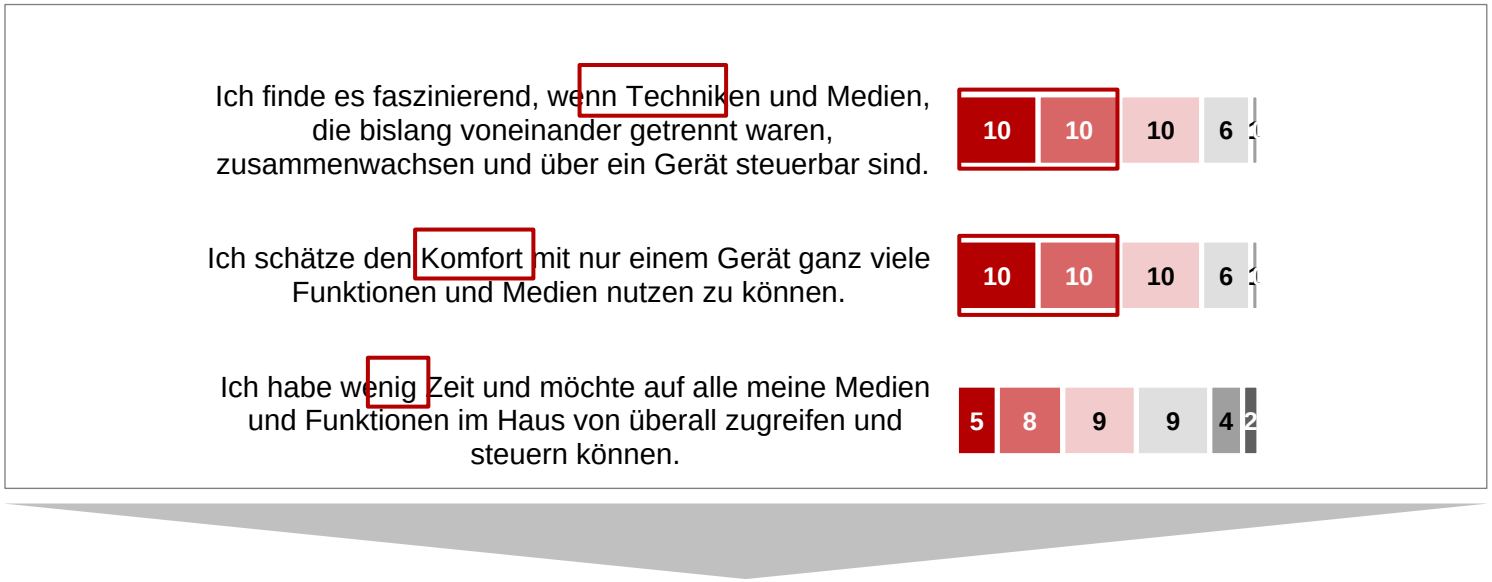


Basis: 1.517 Personen. Angaben in Prozent. Mit Antwortvorgabe.
Frage 27: Interesse Detailanwendungen ‘Connected Living‘

# Interesse und Motive

## Komfort und Technikinteresse sind gemeinsam die Treiber für das Interesse an »Connected Living«.

**Bei den 37% der Interessierten sind folgende Motive und Interesse relevant:**




**Komfort** ist – trotz der hohen Technikaffinität – **gleichbedeutend** wichtig mit der technischen Motivation. Die einzelnen Motivationen sind stark verknüpft und differenzieren kaum.

Basis: 1.517 Personen. Angaben in Prozent. Mit Antwortvorgabe.
Frage 26: Interesse ‘Connected Living‘; Frage 29: Motivation für das Interesse ‘Connected Living‘

# Technikaffinität als Treiber für Connected Living

facit research

CONNECTED LIVING

# Treiber für das Interesse an Connected Living

## Treiber für das Interesse an »Connected Living« ist die generelle Einstellung zur Technik.

### Beschreibung der Zielgruppenmerkmale der Befragten mit (hohem) Interesse an »Connected Living« (37%):

Ein eindeutiger **signifikanter Zusammenhang** zwischen dem Interesse an Connected Living und **soziodemographischen Merkmalen besteht kaum**.

Es kann allenfalls eine **leichte Tendenz** in Richtung: Männer, jünger und in größeren Haushalten lebend mit höherem HH-Nettoeinkommen, aus der Zielgruppenanalyse beobachtet werden.

**Mediennutzung , Haushaltsausstattung, Freizeitaktivitäten und andere Einstellungsmerkmale** sind zwischen Interessierten und Nicht-Interessierten vergleichbar.

Hohes Interesse an allen Detailanwendungen. Keine Detailanwendung, die überdurchschnittliches Interesse generiert.

Basis: 1.517 Personen. Angaben in Prozent. Mit Antwortvorgabe.
Frage 26: Interesse ‘Connected Living‘

# Interesse »Connected Living« bei Technikaffinen

## 44 bis 66% der Interessierten finden Technik nützlich und haben Freude an Technik; rund 30% sind »Early Adopter«.

### Interessen der Befragten mit (hohem) Interesse an »Connected Living« (37%):

**66%: »Ich finde neue Technologien ausgesprochen nützlich. Sie sind eine enorme Erleichterung für meinen Alltag.«**

**56%: »Ich freue mich über technische Neuerungen.“«**

**44%: »Ich möchte mich in Zukunft mehr mit neuen Technologien beschäftigen.«**

**30% Early Adopters: »Bei der Technik gehe ich mit dem neuesten Trend.«**

**Lediglich:**

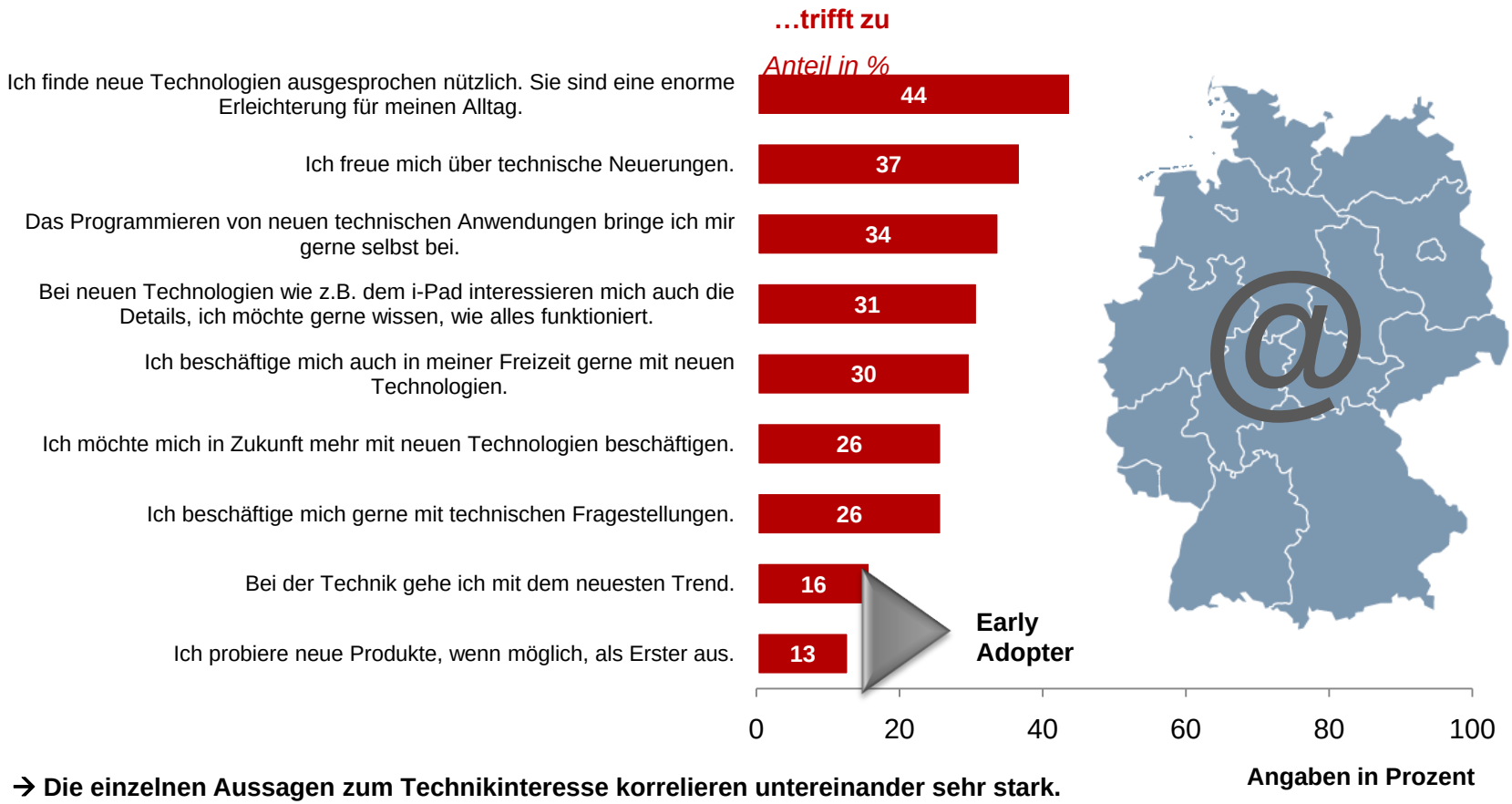
**20%: »Man muss nicht jede Entwicklung mitmachen, ich kann auf Technik und solche Dinge gut verzichten.«**

Basis: 1517 Personen. Mit Antwortvorgaben. Angaben in Prozent
Frage 23/24: Einstellungen bezüglich neuer Medien/Technologien; Frage 26: Interesse ‘Connected Living‘

# Technikaffinität in Deutschland

## 30 bis 40% der Deutschen Bevölkerung finden Technik nützlich und haben Freude an Technik, rund 30% sind »Early Adopter«.

**Technikaffinität in der gesamten Befragungsstichprobe** (Interessierte und nicht-interessierte)**:**



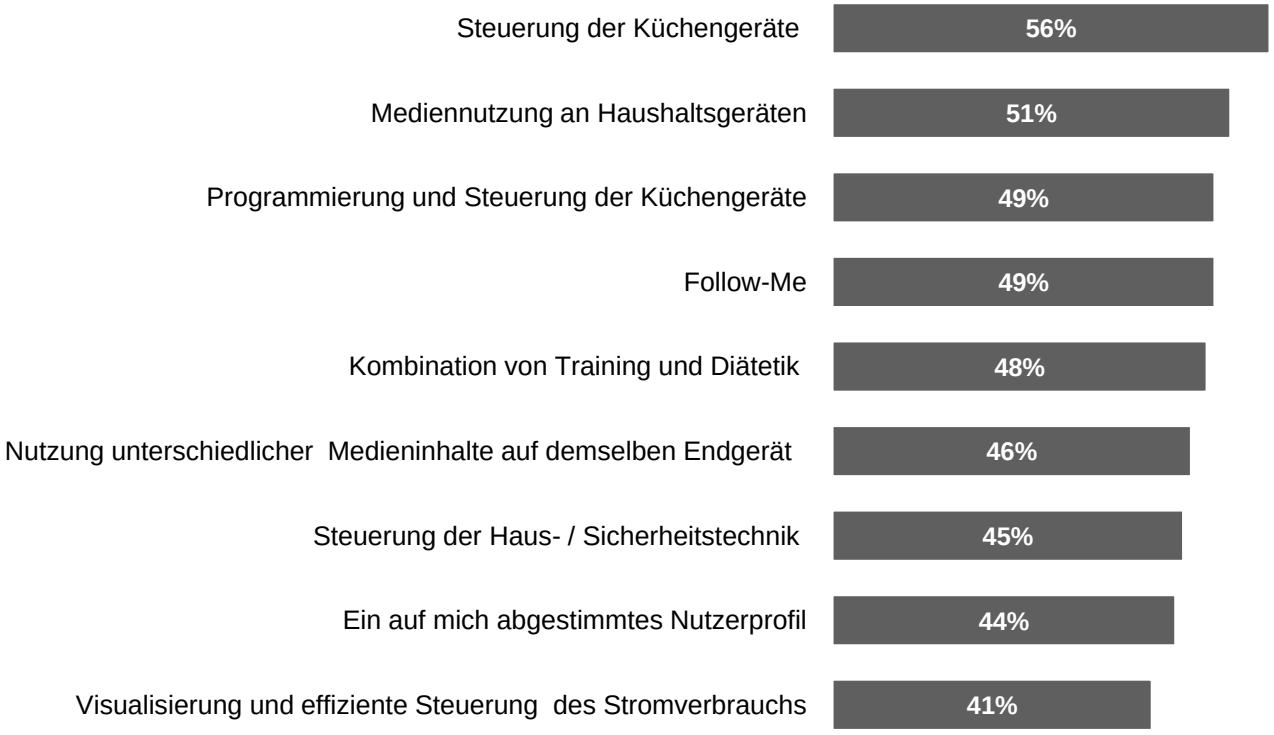

**→ Die einzelnen Aussagen zum Technikinteresse korrelieren untereinander sehr stark.**

Basis: 1517 Personen. Mit Antwortvorgaben. Angaben in Prozent
Frage 23/24: Einstellungen bezüglich neuer Medien/Technologien

# Detailanwendungen – Anteil »Early Adopter«

## Konvergenzanwendungen im Bereich Küchen-/Haushaltsgeräte haben den größten Anteil »Early Adopter«.

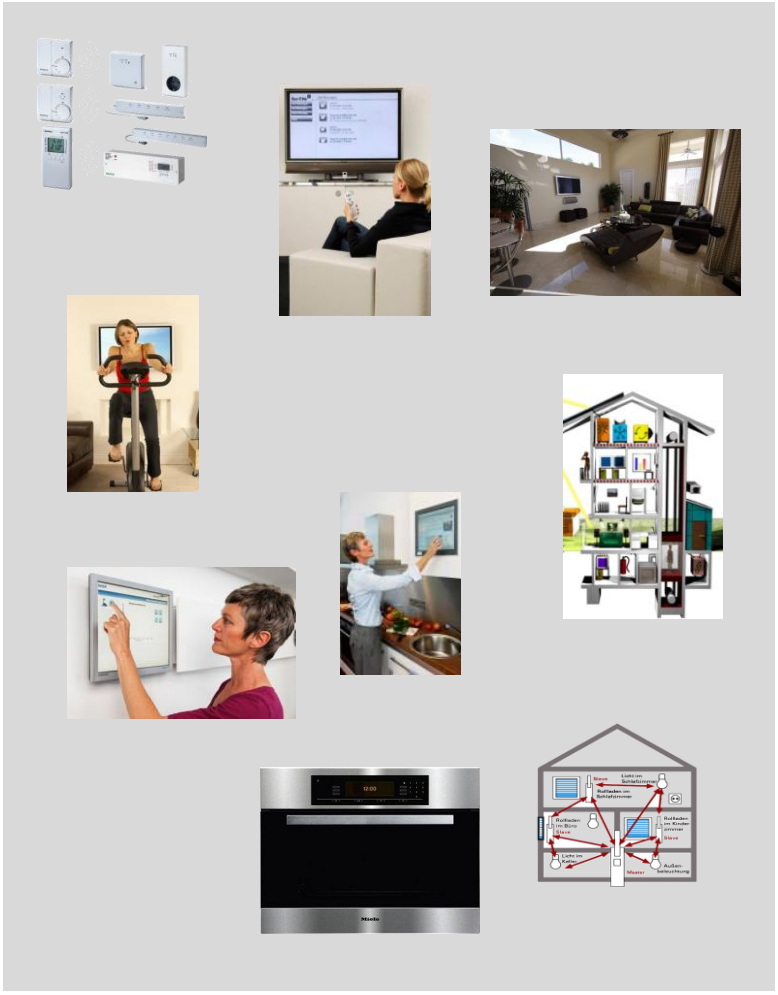
**Befragte, die ein sehr hohes Interesse an einer der Detailanwendungen geäußert haben, sind überproportional »Early Adopter«:**




**Anteil »Early Adopter« mit hohem Interesse in der jeweiligen Detailanwendung in %**

# Schlussfolgerungen

## Frühzeitige Berücksichtigung des Komforts und der damit zusammenhängenden Anforderungen an Usability!



➔ Connected Living hat als Zukunftsprodukt eine Phase **fortgeschrittener Marktreife** mit einem hohen Potential erreicht, die für die beschleunigte technische Weiterentwicklung dieser komplexen Angebote spricht.

➔ Die Studie zeigt jedoch, dass die Optimierung der technischen Produkteigenschaften in den Anwendungen bei weitem und selbst bei den Early Adoptern nicht ausreicht. Vielmehr muß in dieser Phase bereits der **Komfortaspekt** und der damit einhergehende **Usabilityaspekt** bei allen Anwendungen frühzeitig berücksichtigt werden.

# Facit Gruppe

facit digital

- Websites, Intra- und Extranets
- Interaktives Fernsehen
- Mobile Applikationen
- Onlinewerbung
- E-CRM-Maßnahmen

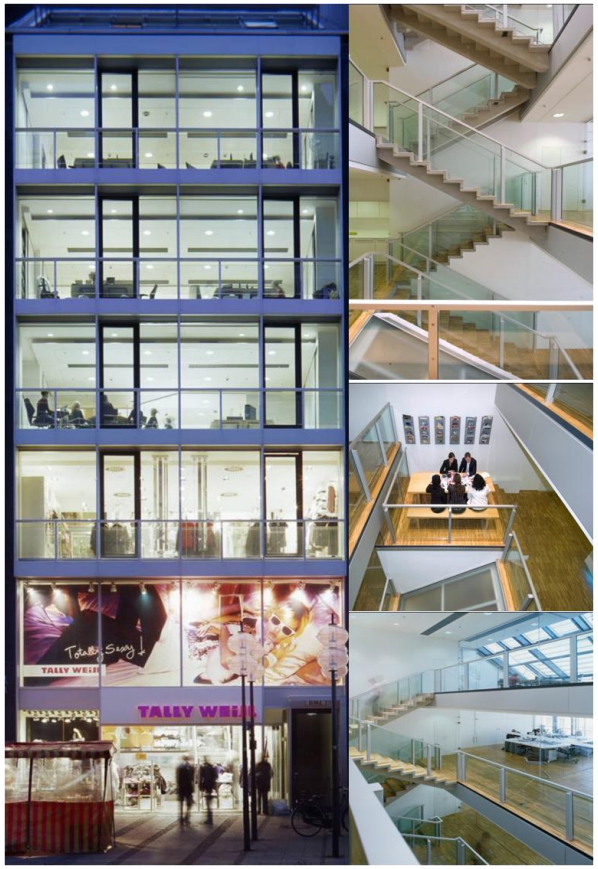
facit research

- Kunde
- Marke
- Kommunikation
- Produkt
- POS

facit concept

- Innovation
- Marke
- Kommunikation
- Customer Experience
- Culture

# Facit Facts




- Unternehmen für Marketingforschung und Marketingberatung
- Gegründet im Jahr 1984/ seit 2008 Fusion mit der PbS AG
- Tochterunternehmen der Serviceplan Gruppe
- 30 Marktforschungs- und Consulting-Spezialisten aus verschiedensten Wissenschafts- und Wirtschaftsdisziplinen
- Standort: 80331 München / Neuhauser Straße 17