



POTENZIALANALYSE SMARTWATCH

Mehr als nur ein Spielzeug für Early Adopter

03.09.2015 | Köln Anna Rynkowski



MANAGEMENT SUMMARY

- Smartwatches sind ein Thema mit großer Dynamik - die meisten Besitzer, jüngere Männer, haben die Smartwatch erst kürzlich erworben (68%).
- Die Smartwatch wird als Ergänzung zum Smartphone genutzt (86%), aber auch als reguläre Uhr (78%).
- Wichtigster Kaufgrund ist die Ergänzung des Smartphones (76%), gefolgt von den Fitness- und Trainingsfunktionen (52%).
- Die Mehrheit der Kaufinteressierten schreckt derzeit noch der hohe Preis ab (72%).



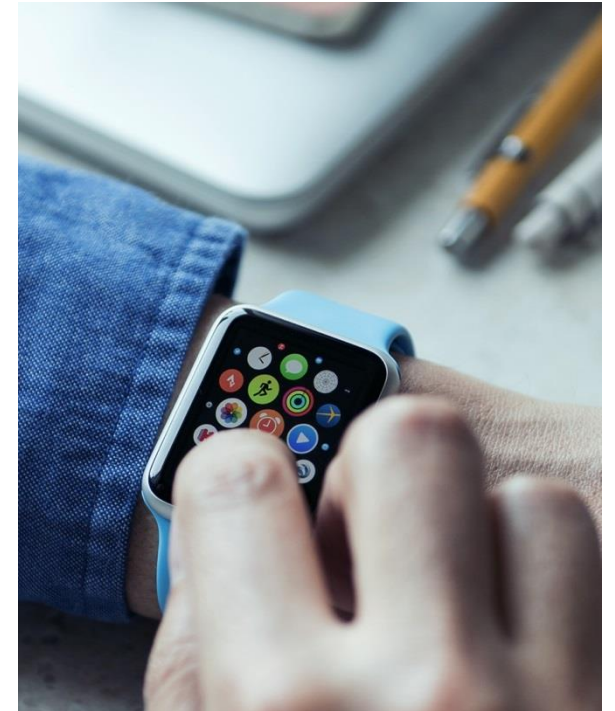
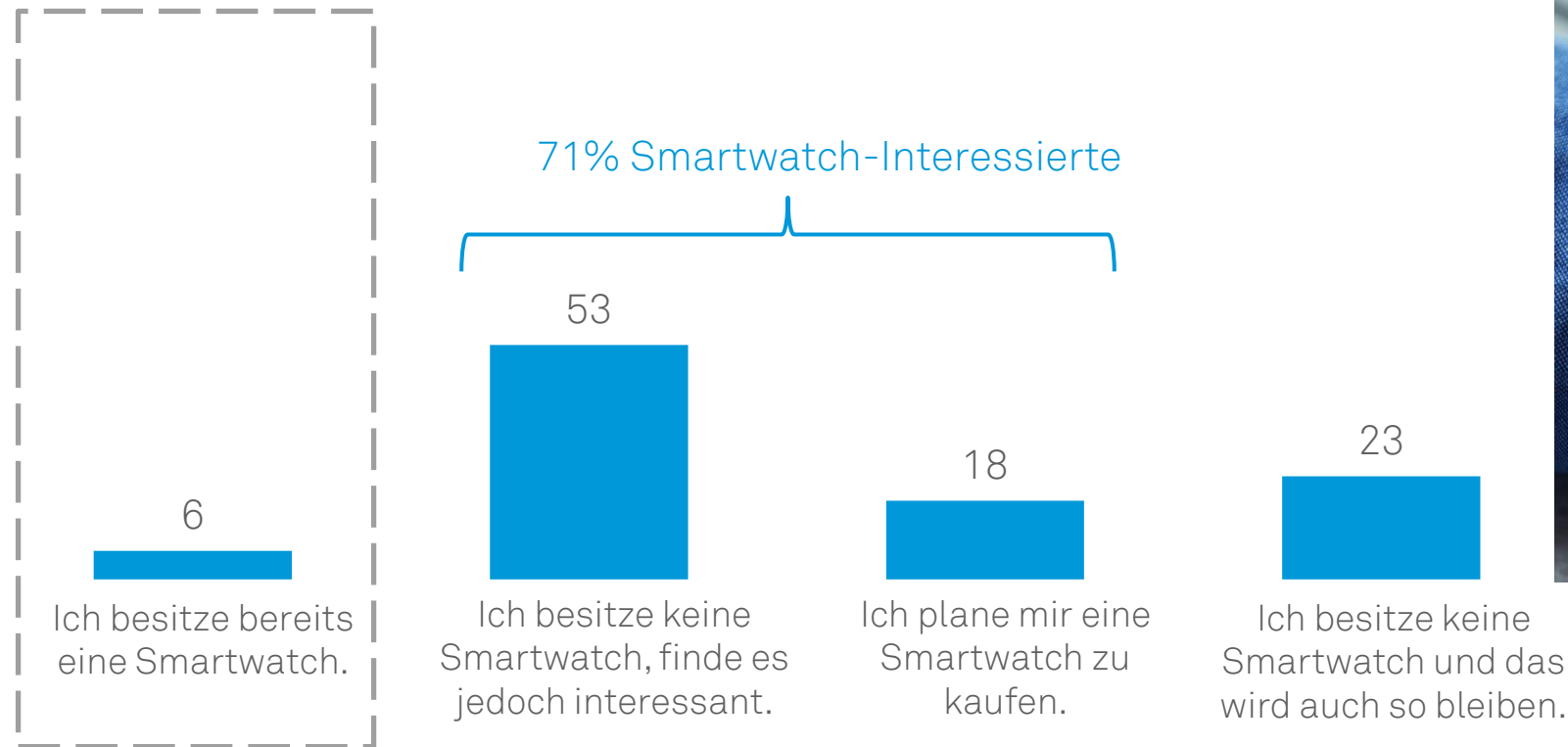
ALLGEMEINE ANGABEN ZUR STUDIE



Methodik	Die Befragung erfolgte mit der „I love MyMedia“-App von IP Deutschland. Die Befragten wurden mittels einer Push Notification und E-Mail-Benachrichtigung zur Befragung eingeladen und konnten den Fragebogen direkt innerhalb der App ausfüllen.
Befragte	Erwachsene im Alter ab 14 Jahren
Fallzahl	n=5.755
Feldzeit	12.06.2015 – 15.06.2015

Smartwatches SECHS PROZENT DER ERWACHSENEN BESITZEN BEREITS EINE SMARTWATCH

Besitz / Interesse Smartwatches, in %



Quelle: IP Deutschland, Smartwatches 2015 / Basis: Gesamt (n= 5.755)

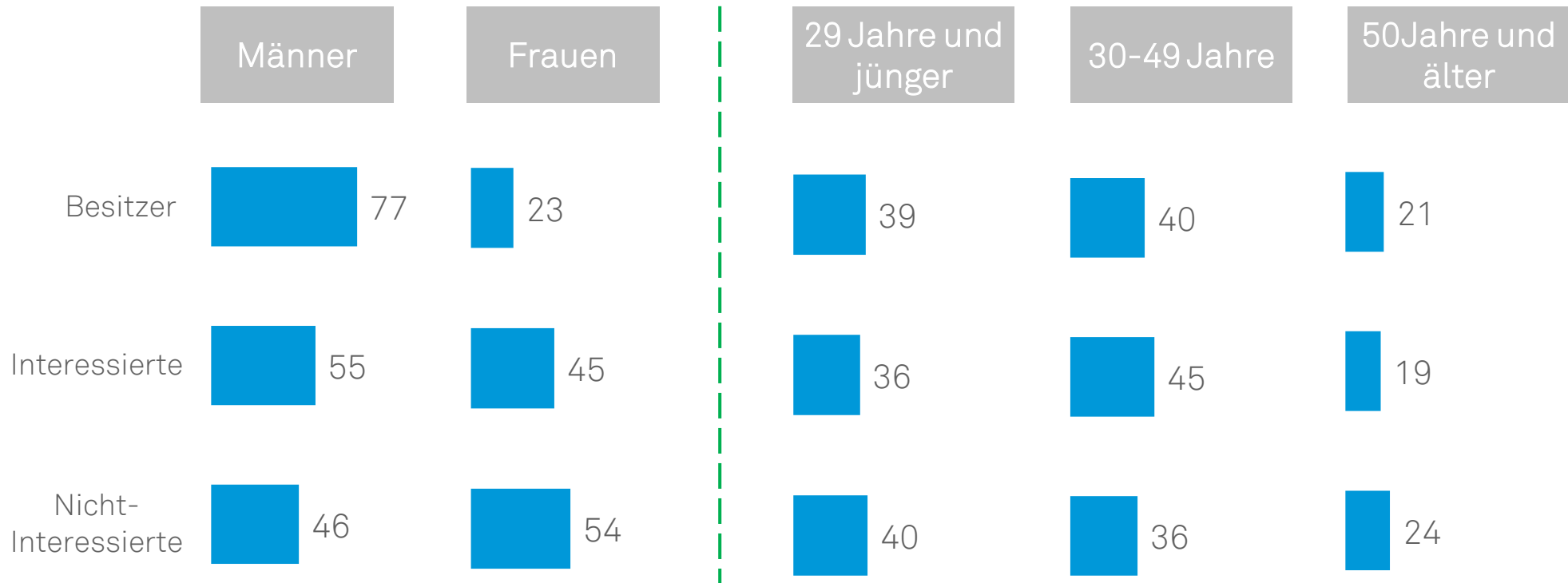
Frage: „Wir würden gerne etwas über das Thema Smartwatches wissen. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?“

Smartwatches

SMARTWATCH-BESITZER SIND EHER MÄNNLICH UND JÜNGER ALS 50 JAHRE



Soziodemografie Smartwatch Besitzer / Interessierte/ Nicht-Interessierte, in %



Quelle: IP Deutschland, Smartwatches 2015 / Basis: Gesamt (n= 5.755)

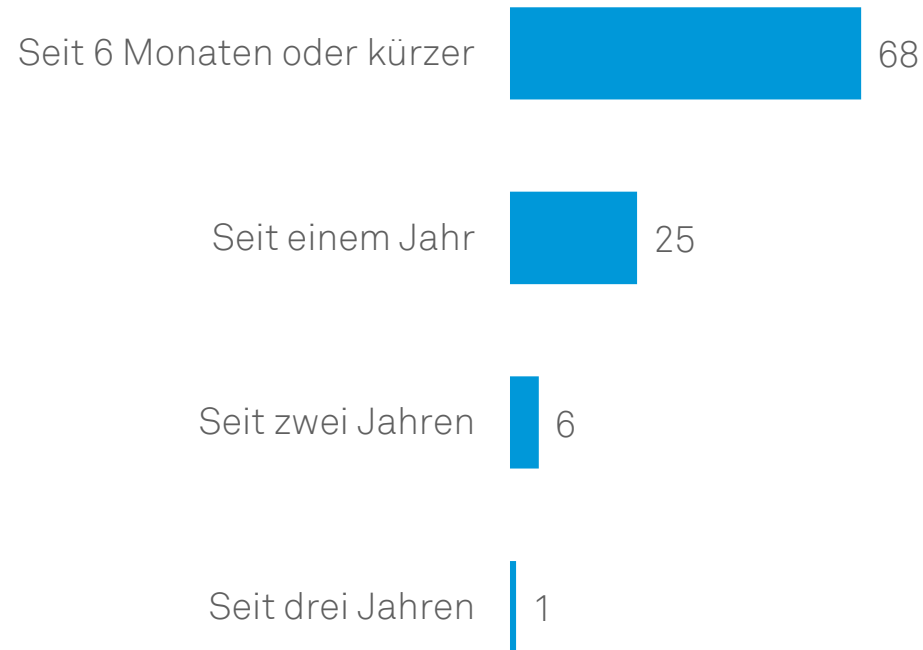
Frage: „Wir würden gerne etwas über das Thema Smartwatches wissen. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?“

Smartwatches

DIE MEHRHEIT HAT SICH ERST IN DEN LETZTEN MONATEN EINE SMARTWATCH GEKAUFT



Besitz, in %

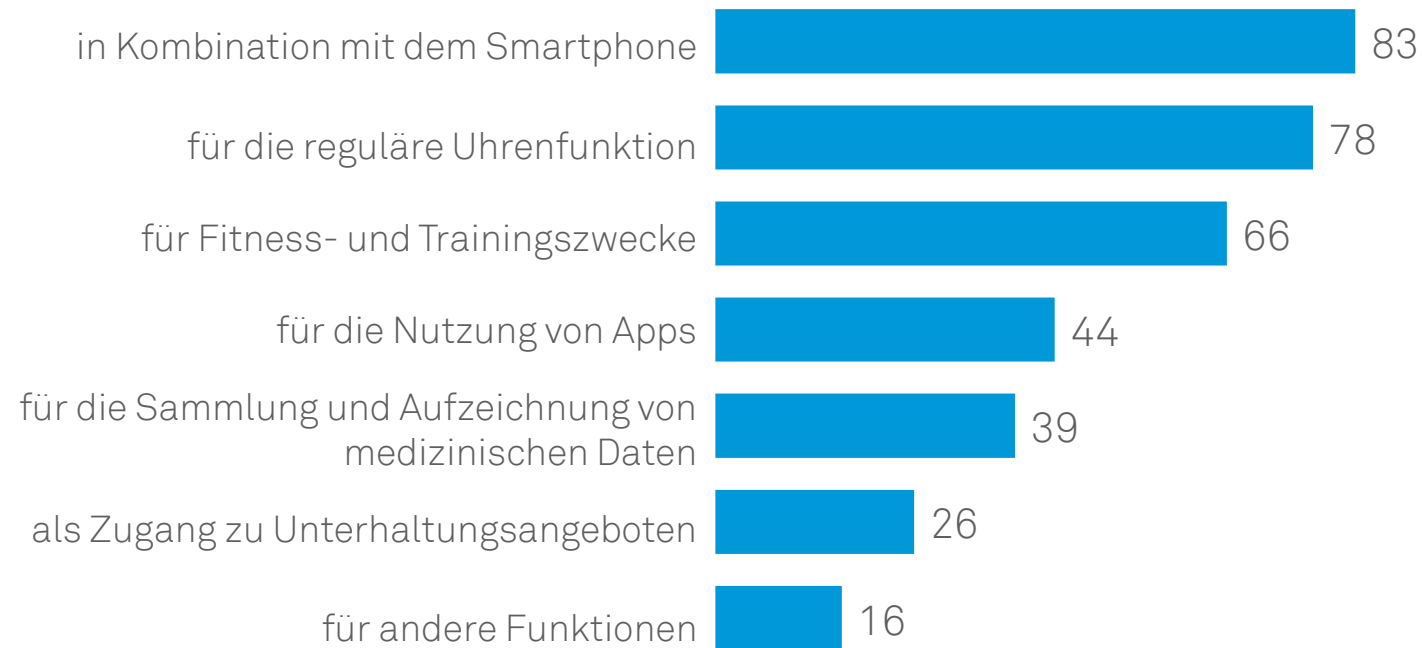


Smartwatches

DER GROSSTEIL NUTZT DIE SMARTWATCH IN KOMBINATION MIT DEM SMARTPHONE

Verwendungszweck der Smartwatch, in %

Ich nutze die Smartwatch...

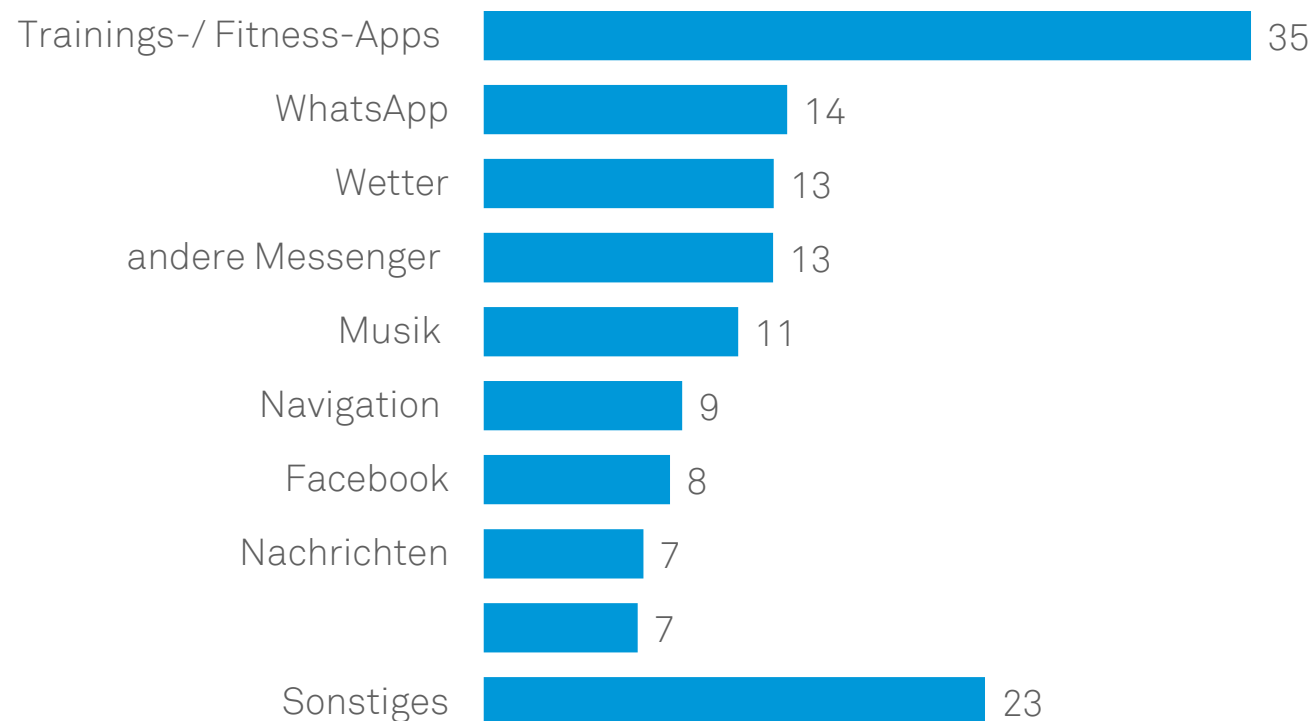


Smartwatches

FITNESS- UND TRAININGS-APPS SIND WICHTIGSTE ANWENDUNGEN

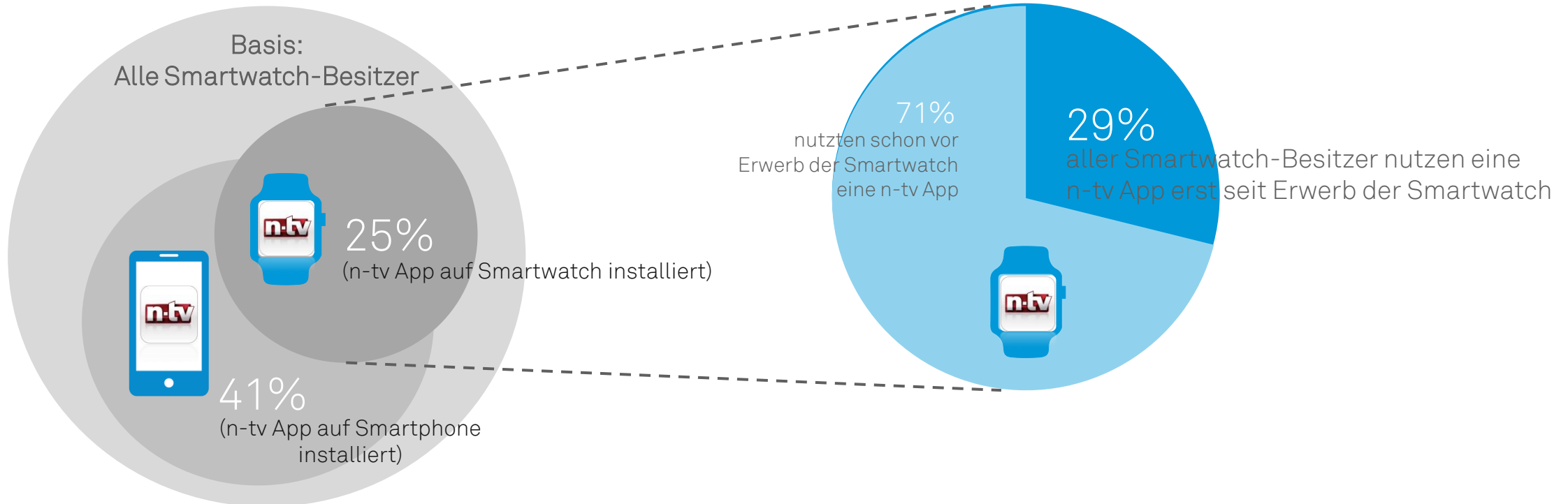


Nutzung von Apps auf der Smartwatch, ungestützt, in %



Smartwatches BESSERE ZIELGRUPPEN-AUSSCHÖPFUNG DANK SMARTWATCH-APPS - BEISPIEL N-TV

n-tv App auf Smartphone und Smartwatch, in %



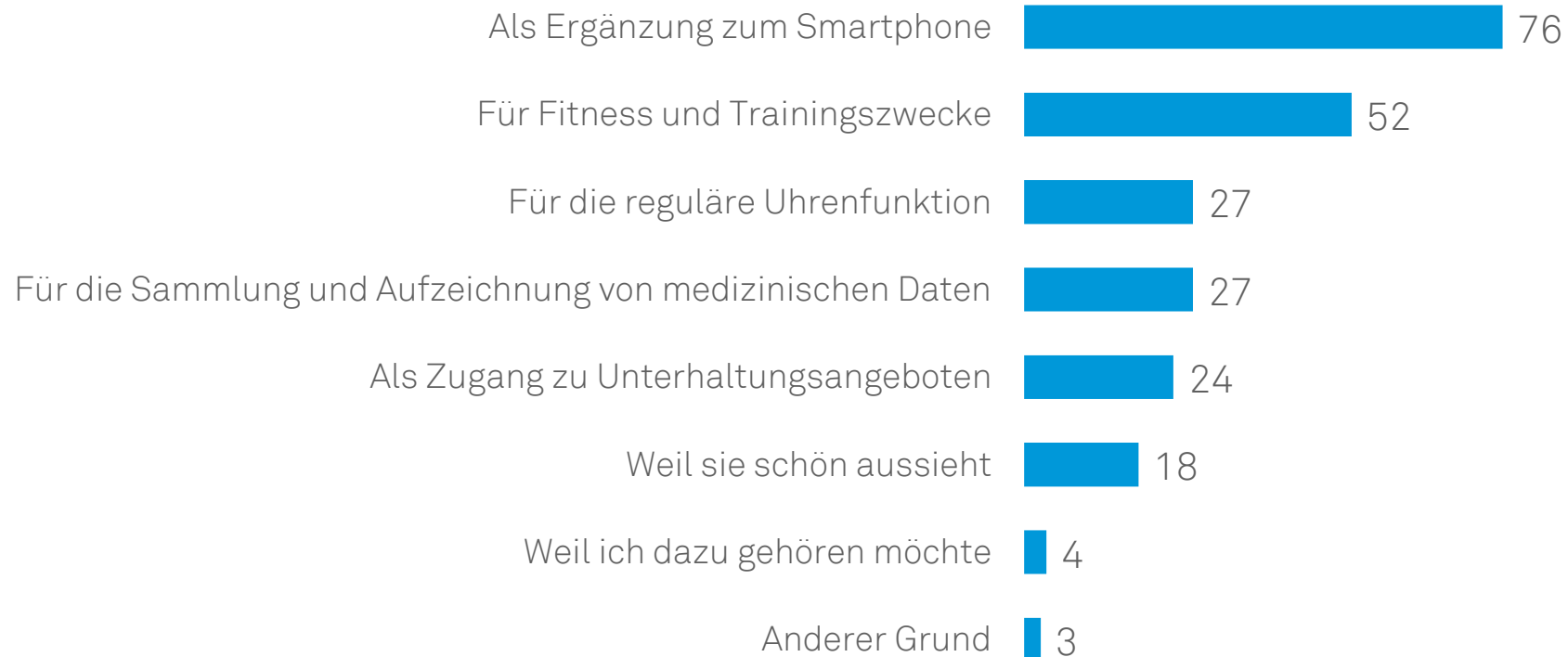
Quelle: IP Deutschland, Smartwatches 2015 / Basis: Smartwatch Besitzer (n= 189), n-tv App-Nutzer auf Smartphone (n=77), n-tv App-Nutzer auf Smartphone und Smartwatch (n=48) / Fragen: „Nutzen Sie die n-tv App auf Ihrem Smartphone?“ „Haben Sie die n-tv App auf Ihrer Smartwatch installiert?“ „Hatten Sie die n-tv App auch schon vorher auf Ihrem Smartphone genutzt (d.h. vor der Installation der App auf Ihrer Smartwatch)?“

Smartwatches

DIE MEISTEN INTERESSIERTEN SEHEN EINE SMARTWATCH ALS ERGÄNZUNG ZUM SMARTPHONE



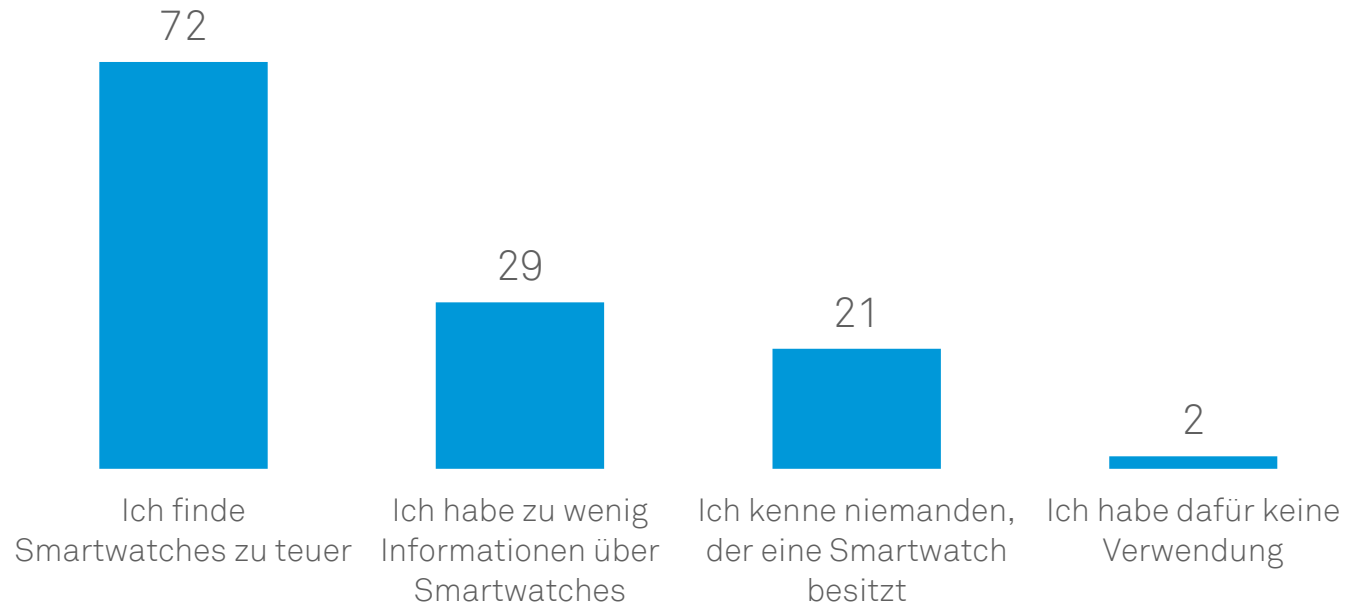
Kaufgründe bei Befragten mit Kaufinteresse, in %



Smartwatches

DER HOHE PREIS IST DIE GRÖSSTE KAUFBARRIERE

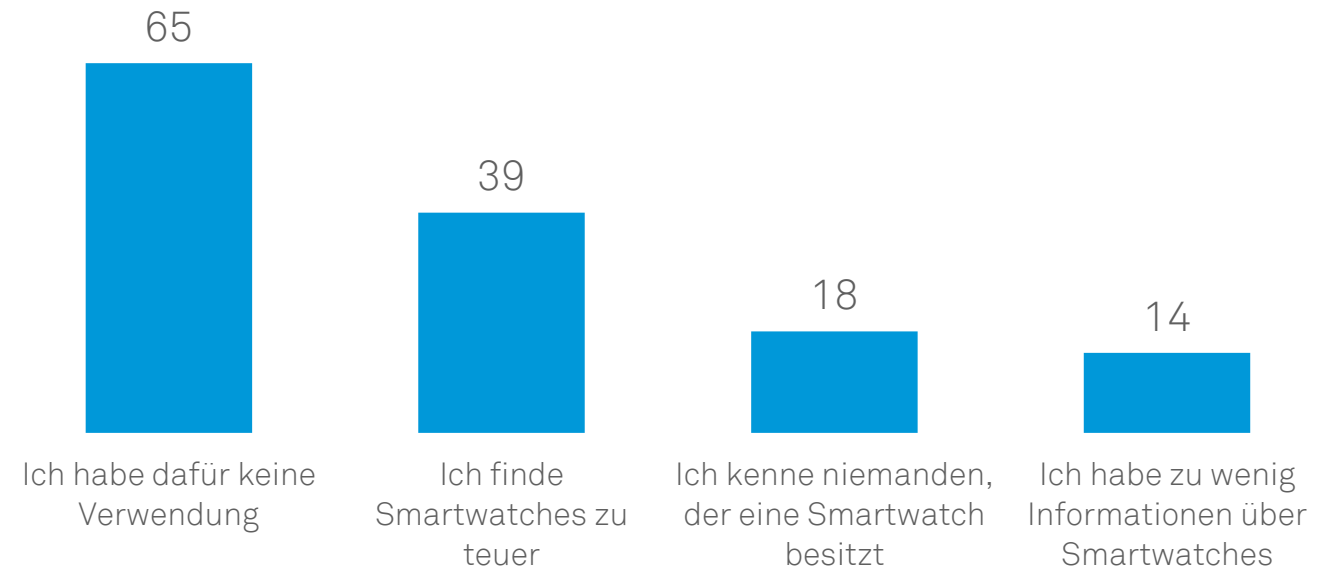
Hinderungsgründe bei Befragten mit Kaufinteresse
in %



ZWEI DRITTEL DER DESINTERESSIERTEN SIEHT KEINEN VERWENDUNGSZWECK

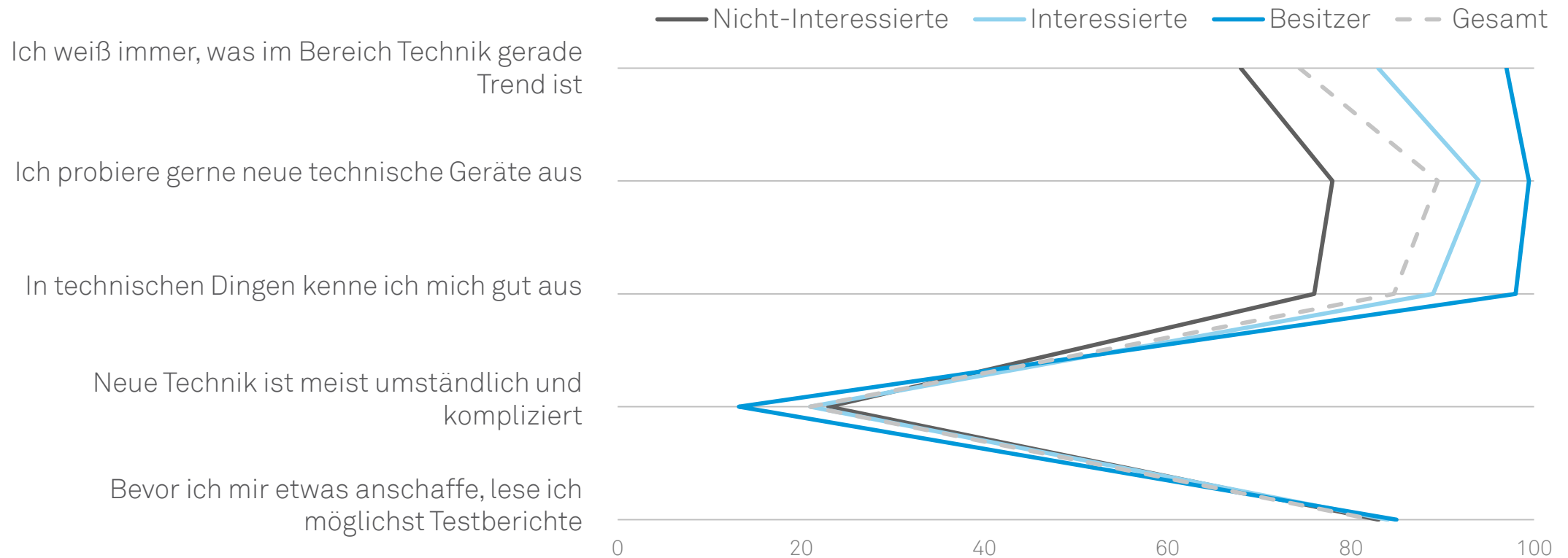


Grund für das Desinteresse bei Befragten ohne Kaufinteresse in %



SMARTWATCH-ZIELGRUPPE: OFFEN FÜR INNOVATIONEN, HOHE TECHNISCHE KOMPETENZ

Einstellung zu neuartigen technischen Geräten, Zustimmung (Top Two-Box), in %



Quelle: IP Deutschland, Smartwatches 2015 / Basis: Gesamt (n=5.755), Smartwatch-Besitzer (n=368), Smartwatch-Interessierte (n=4.050), Smartwatch Nicht-Interessierte (n=1.337) / Frage: „Es folgen nun fünf Aussagen zum Thema neuartige technische Geräte. Kreuzen Sie bitte bei den folgenden Aussagen an, inwieweit diese auf Sie zutreffen.“ 13

Fazit

SMARTWATCHES: VIEL POTENZIAL FÜR DEN MASSENMARKT



Smartwatches sind weit mehr als ein Spielzeug für Early Adopter: Die Hightech-Uhren faszinieren große Teile der Bevölkerung, wie eine aktuelle Befragung unter mehr als 5.700 Erwachsenen ab 14 Jahren zeigt.

- Sechs Prozent aller Erwachsenen besitzen bereits eine Smartwatch. Die Besitzer sind eher männlich und jünger als 50 Jahre.
- Smartwatches sind ein Thema mit großer Dynamik, die meisten Besitzer haben die Smartwatch erst im halben Jahr vor der Befragung erworben (68%). Dabei wird die Smartwatch insbesondere als Ergänzung zum Smartphone genutzt (86%), aber natürlich auch als reguläre Uhr (78%). Zwei Drittel der Smartphone-Besitzer benutzen Fitness- und Trainings-Apps (66%).
- 71% aller Befragten offenbaren Interesse an einer Smartwatch. Wichtigster Kaufgrund ist die Ergänzung des Smartphones (76%), gefolgt von den Fitness- und Trainingsfunktionen (52%). Die Mehrheit der Kaufinteressierten schreckt derzeit noch der hohe Preis ab (72%).
- Nur 23% der Befragten haben generell kein Interesse an einer Smartwatch.



BEI RÜCKFRAGEN:

Ihr Ansprechpartner:

Anna Rynkowski
Projektleiterin Werbewirkungsforschung
Picassoplatz 1
50679 Köln
www.ip.de

Telefon: 0221 456-26445
E-Mail: anna.rynkowski@mediengruppe-rtl.de



Registergericht: Amtsgericht Köln HRB 33 057 | Geschäftsführer: Matthias Dang | USt.-IDNr. DE 114 383 325