

Begeistert oder abwartend?

Was sich Konsumenten wünschen und wo sie skeptisch sind.

Ergebnisse einer europaweiten gfu-Studie*

Hans-Joachim Kamp

Vorsitzender des Aufsichtsrates der gfu

*Online-Repräsentativ-Befragung im Mai 2015

1.000 Teilnehmer aus Deutschland, insgesamt 6.000 aus Europa (Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien, Österreich, Schweiz)

Was sich Konsumenten wünschen...

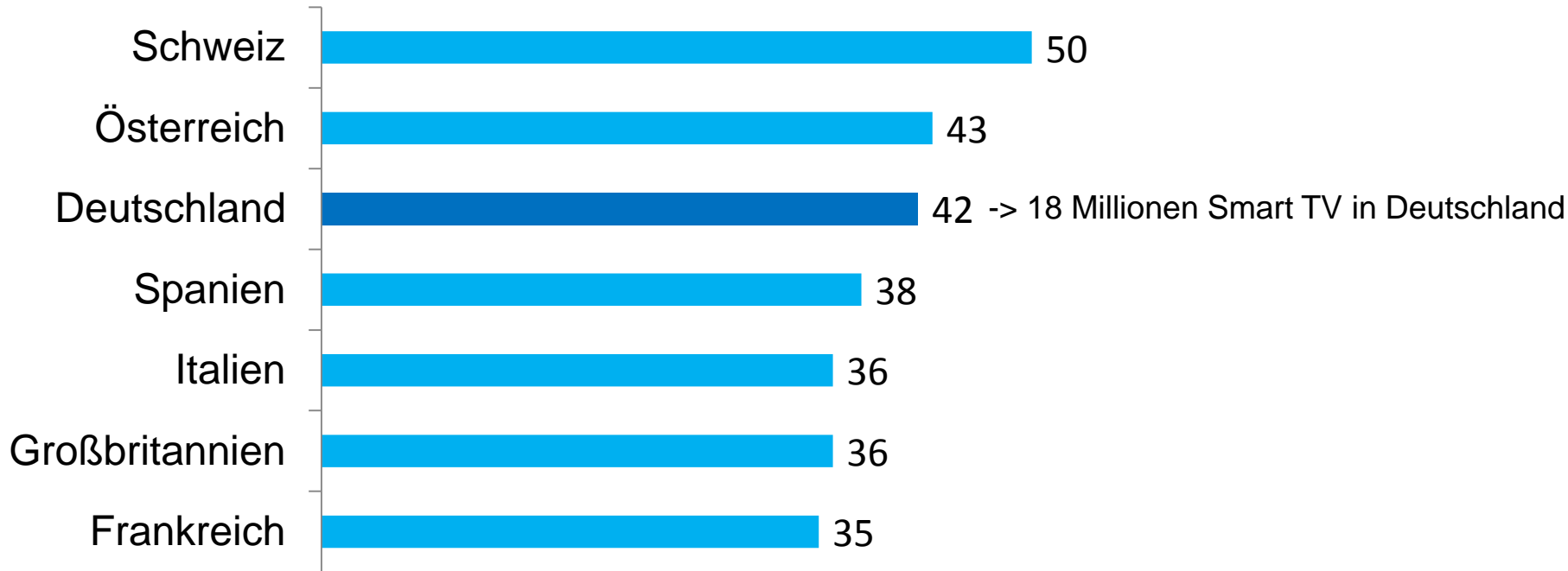
TV: Sind wir schon smart?

Anschaffung: Was auf der Wunschliste steht.

Innovationen: Was setzt sich durch?

Vernetzung: Was Konsumenten wollen und was sie fürchten.

Smart TV: Verbreitung in Europa



Angaben in %

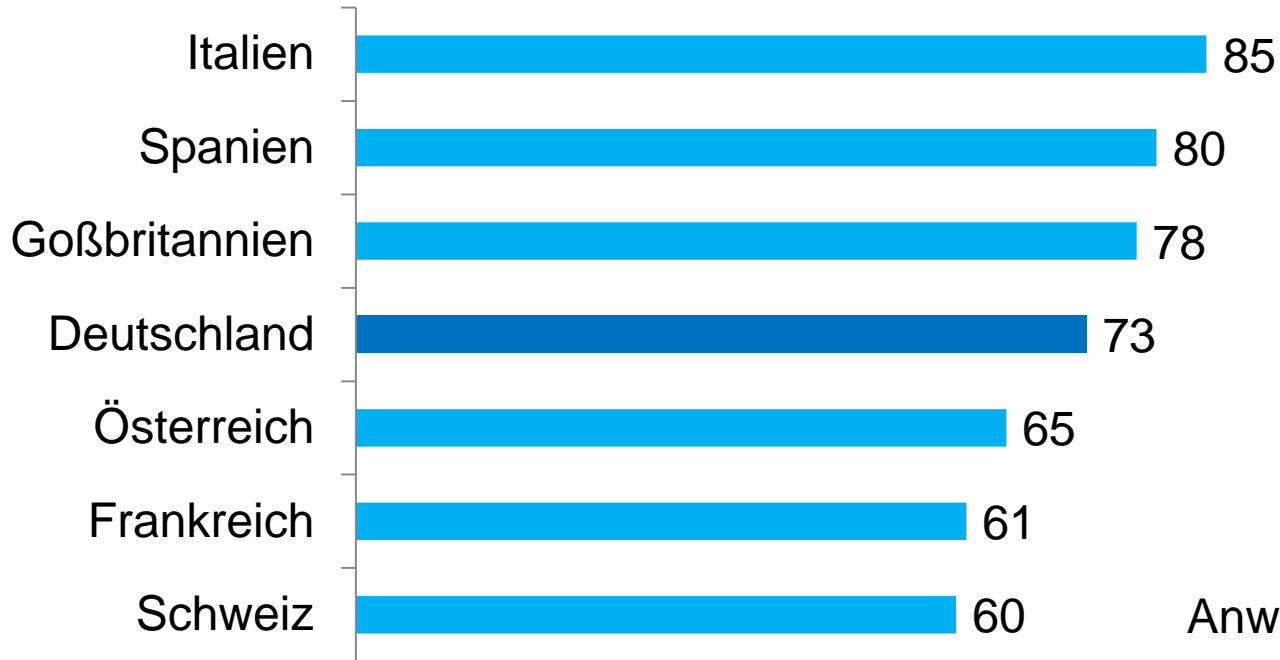
Smart TV: Anschluss an das Internet



Ja, das Gerät ist mit dem Internet verbunden

Angaben in %

Smart TV: Tatsächliche Nutzung



Nutzung von Online-
Anwendungen auf dem TV

Nur angeschlossene TVs, Angaben in %

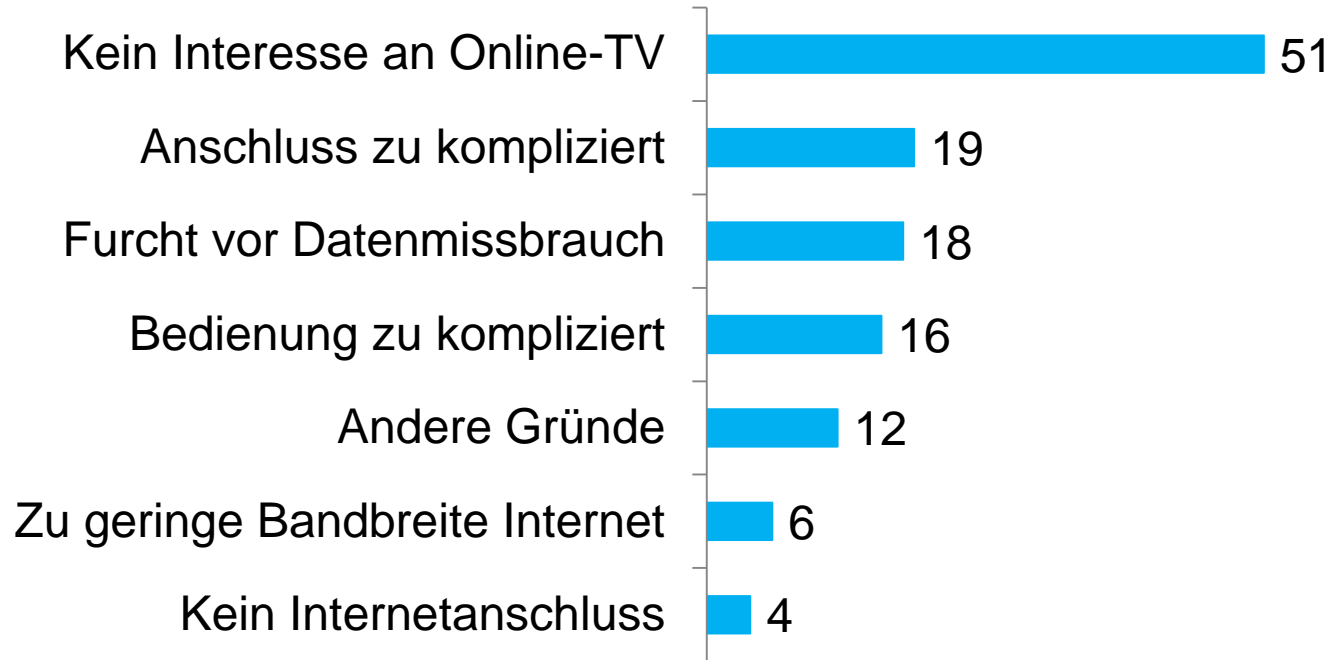
Smart TV: Warum kein Anschluss?

Kein Interesse an Online-TV 51

A horizontal bar chart with a blue bar representing 51%. The text 'Kein Interesse an Online-TV' is to the left of the bar, and the number '51' is to the right. A vertical line is positioned to the right of the bar, extending downwards.

Nur Smart TV Besitzer Deutschland, Angaben in %

Smart TV: Warum kein Anschluss?



Nur Smart TV Besitzer Deutschland, Angaben in %

Datenmissbrauch: Europa uneinig

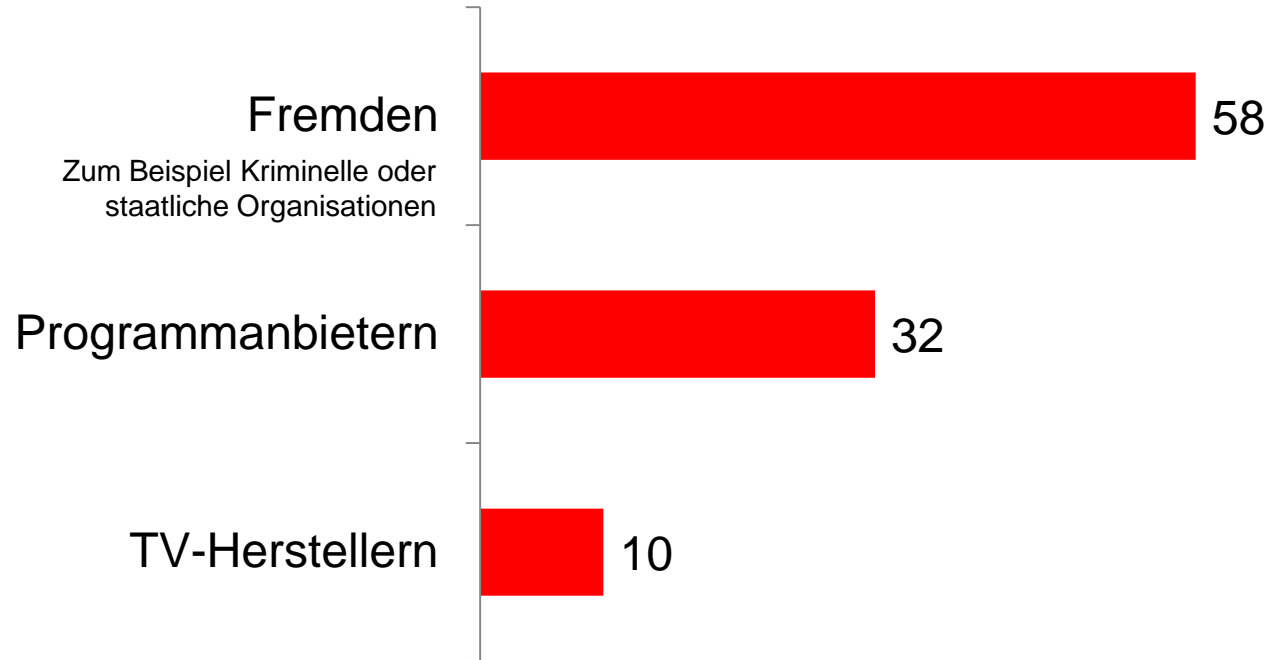
In Spanien, Deutschland, Österreich und Schweiz ist bei den Nicht-Anschließern von Smart TVs die Furcht vor Datenmissbrauch ausgeprägter, als bei Italienern, Briten und Franzosen.



18%

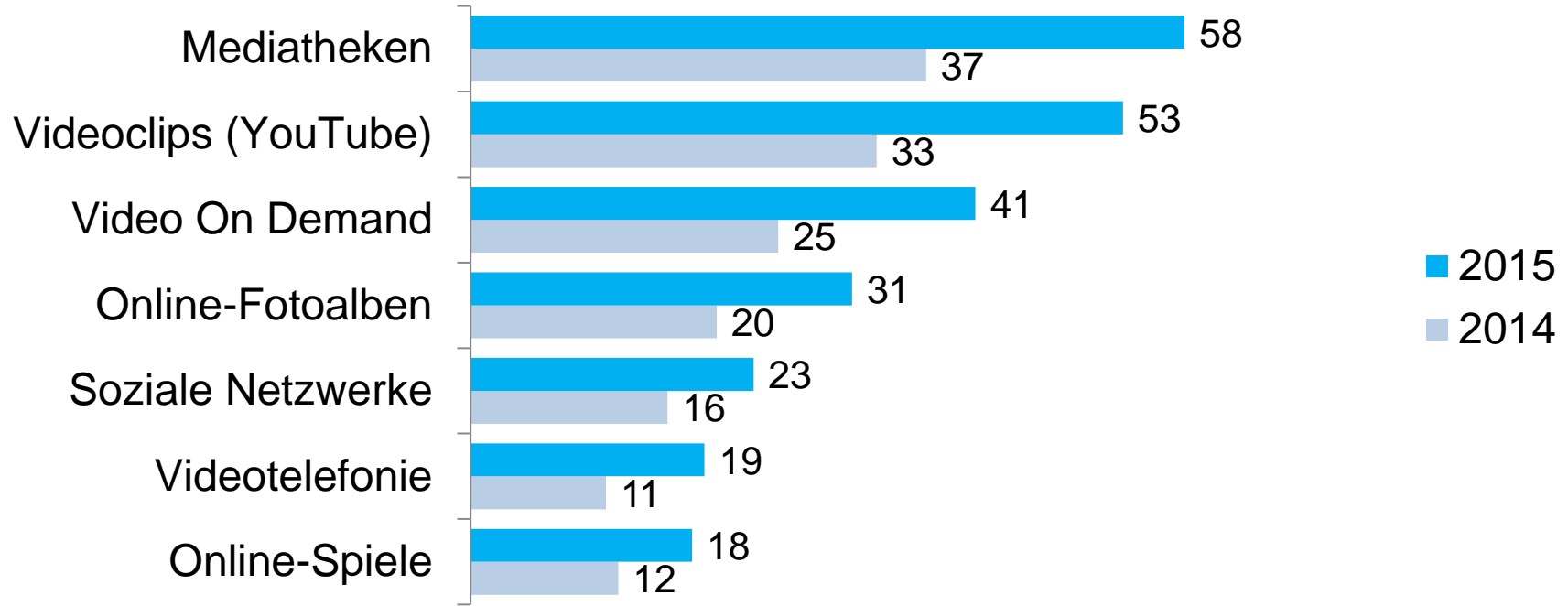
...der Deutschen Nicht-Anschließer von Smart TVs fürchten Datenmissbrauch durch Fremde, jedoch nur 5% der Italiener.

Datenmissbrauch: Furcht vor wem?



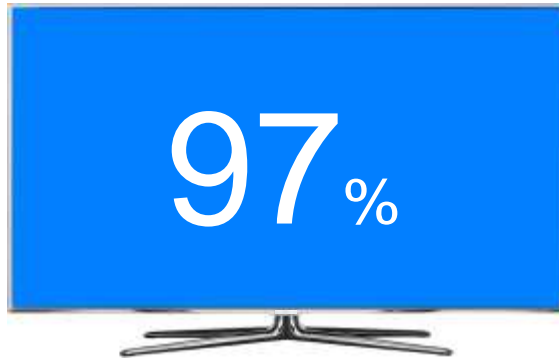
Nur Besitzer von nicht an das Internet angeschlossenen TVs, Deutschland, Angaben in %

Smart TV: welche Dienste?



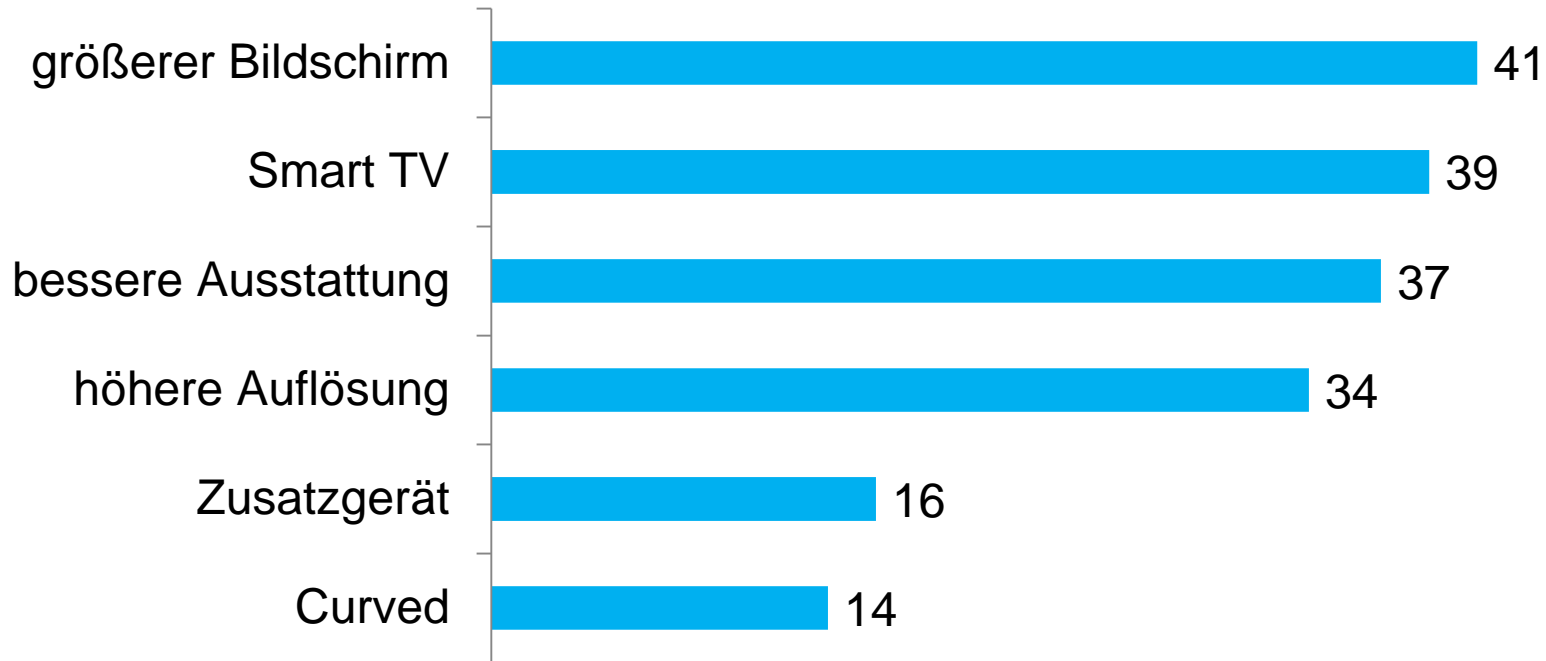
Deutschland, Angaben in %

Smart TV: Weiterempfehlung



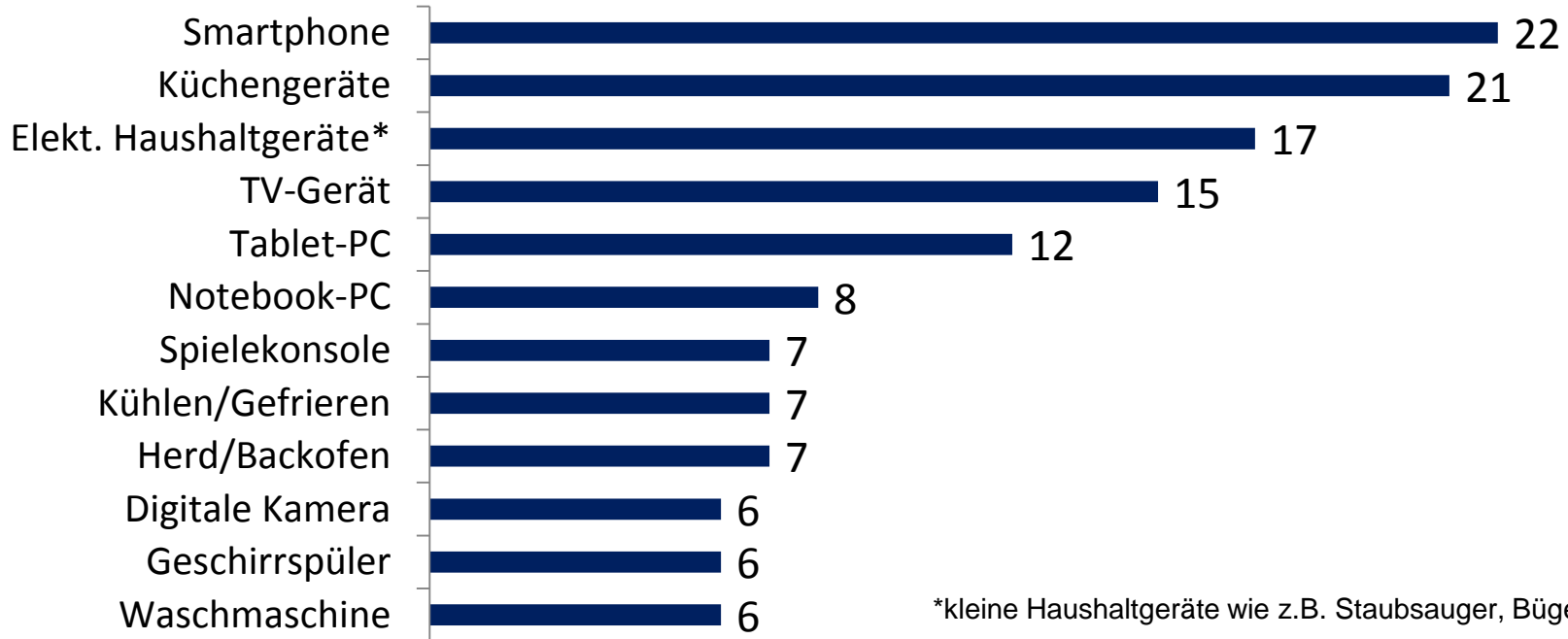
...der Smart TV-Nutzer in Europa würden Freunden und Bekannten zum Kauf eines Smart TVs raten. In Deutschland sind es sogar 98%.
(Österreich, Schweiz je 96%)

Kaufgründe TV



Befragte mit Kaufabsichten in diesem Jahr, Deutschland, Angaben in %

Anschaffungspläne



*kleine Haushaltgeräte wie z.B. Staubsauger, Bügeleisen

Anschaffungspläne noch in diesem Jahr, Deutschland, Angaben in %

Kaufkriterien: Unterschied nach Produktart

Preis

Energieeffizienz

Technik

Einfache Bedienung

Marke/Hersteller

Kaufkriterien: Unterschied nach Produktart

Preis ist bei fast allen Kategorien wichtigstes Kaufkriterium

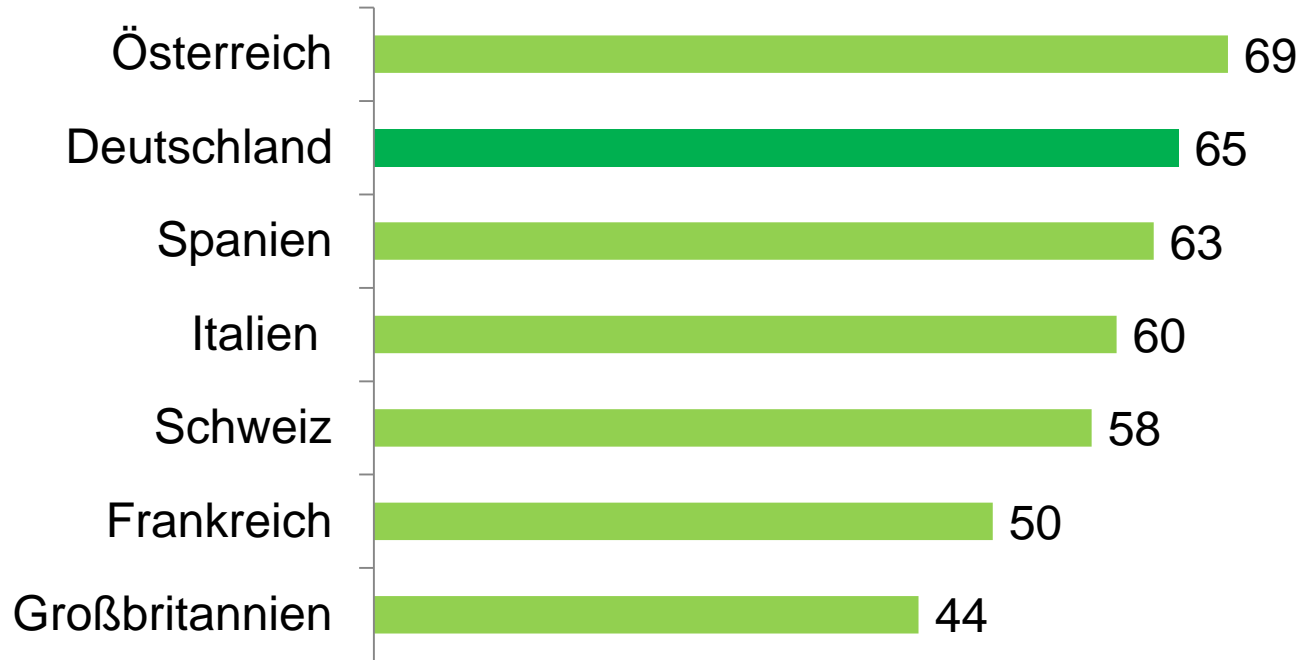
Energieeffizienz bei Kühlschränken/Gefrierern und Geschirrspülern

Technik wichtig bei Tablet-PC, Notebook-PC, Spielekonsole

Einfache Bedienung bei: Waschmaschine, Küchengeräten

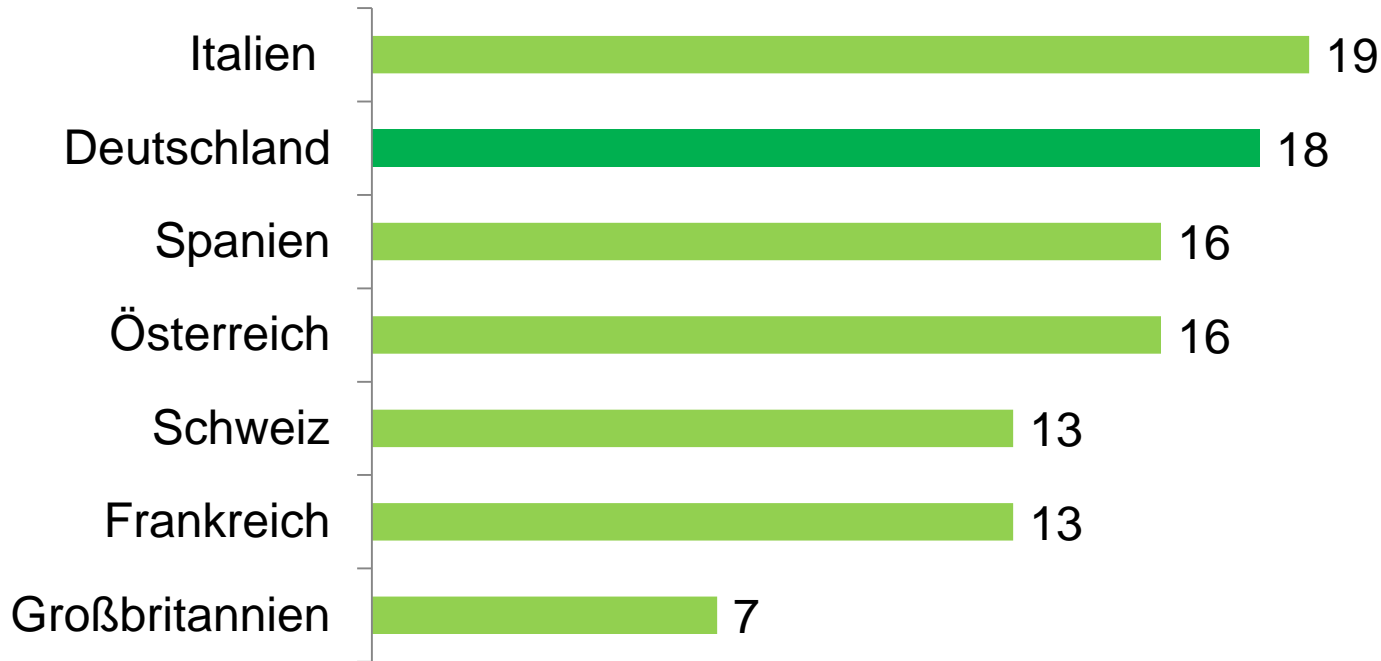
Marke/Hersteller nur bei Spielekonsole

Kaufkriterium Energieeffizienz



Konsumenten, die beim Neukauf auf Energieeffizienz achten, Angaben in %

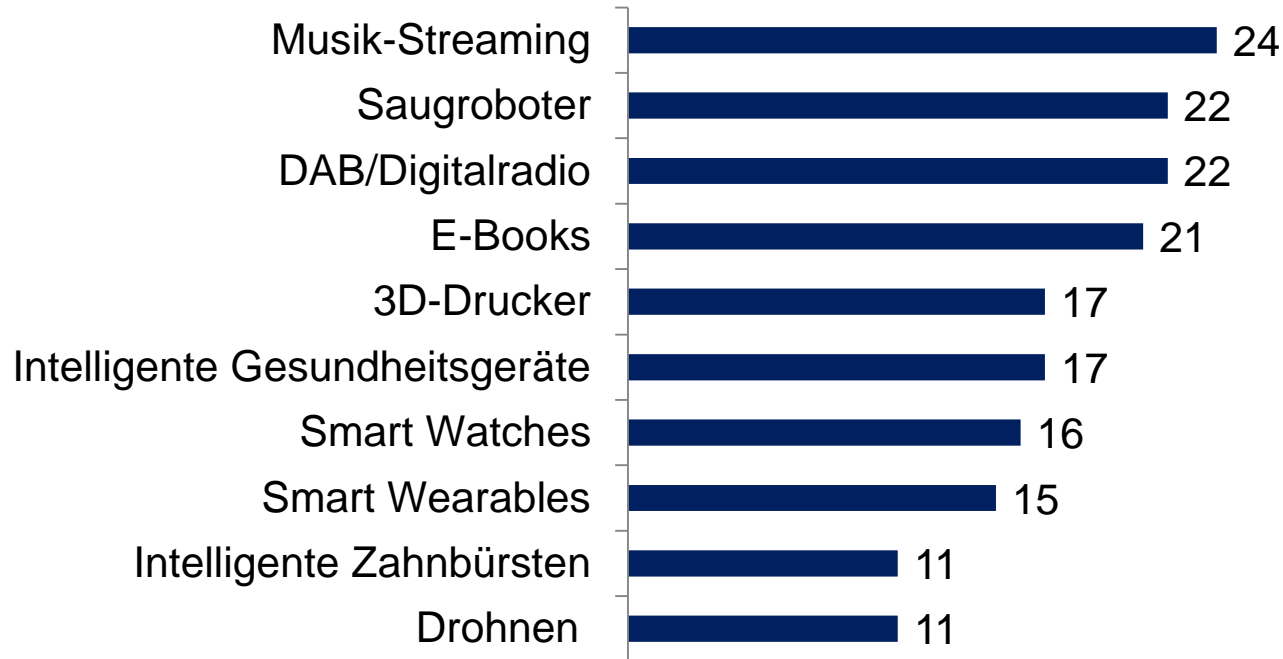
Neukauf um Energie zu sparen



Konsumenten, die in der Vergangenheit ein noch funktionierendes Altgeräte wegen zu hohem Stromverbrauch ersetzt haben

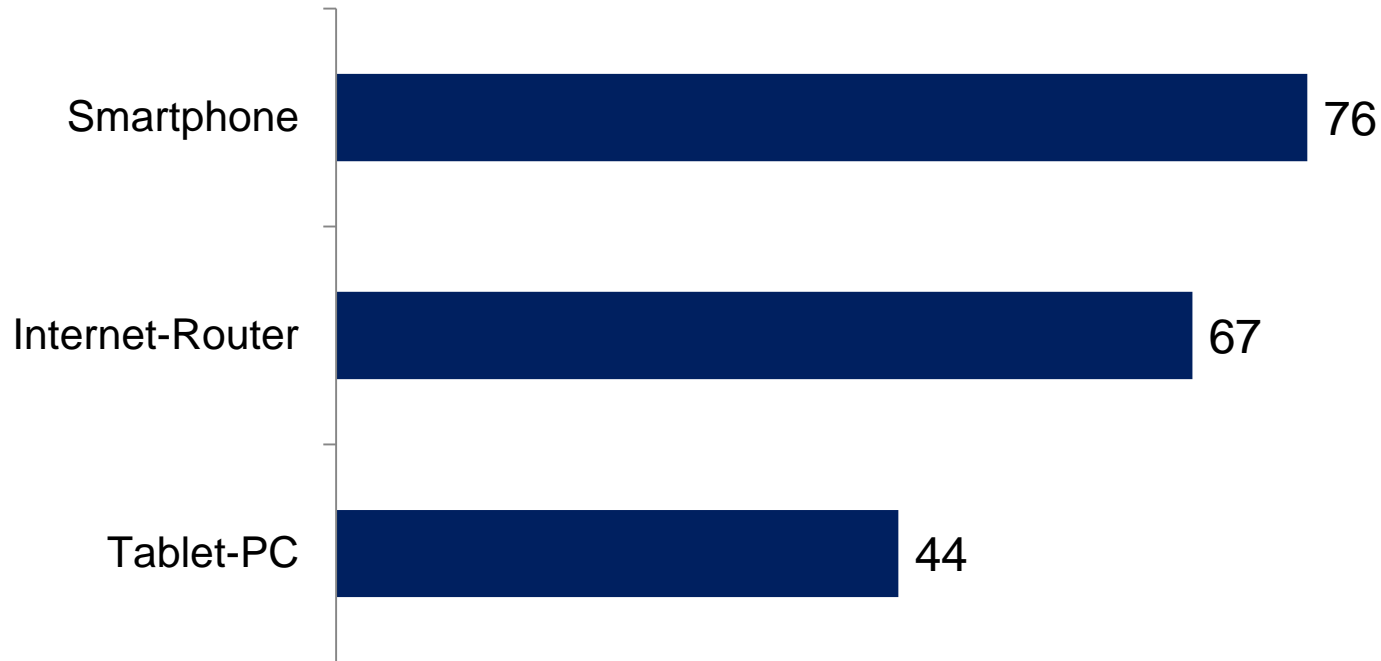
Angaben in %

Anschaffungspläne neue Kategorien



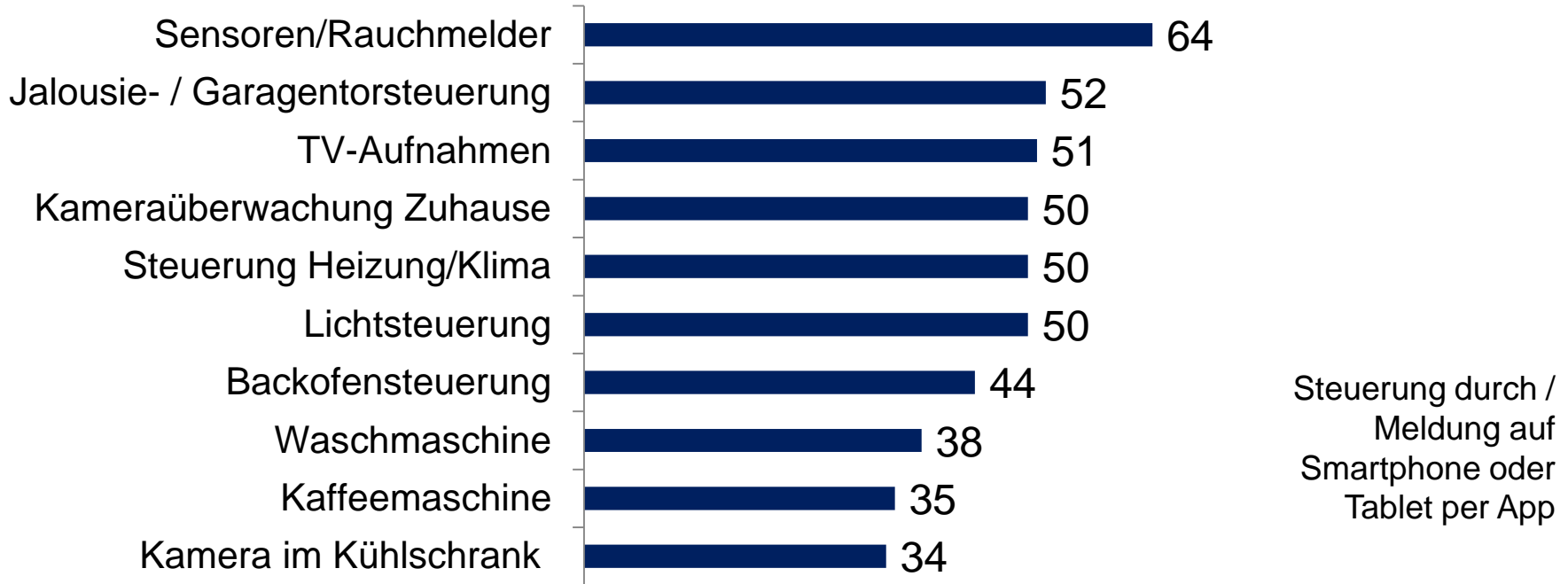
Kaufinteresse neue Kategorien, Deutschland, Angaben in %

Vernetzung: Was ist vorhanden?



Haushaltsausstattung Deutschland, Angaben in %

Vernetzung: Was ist interessant?



Steuerung durch /
Meldung auf
Smartphone oder
Tablet per App

Deutschland, Angaben in %

Vernetzung bedeutet

43%: Gewinn an Sicherheit
im Haushalt

38%: Energieeinsparung

35%: Alltagserleichterung

65%: Möglichkeit des
Datenmissbrauchs

61%: Risiko der Haussteuerung
durch Fremde

38%: Überforderung durch
komplexe Technik

Deutschland, Angaben in %

Fazit

Smart TV:

- Verbreitung und Anschluss steigt stetig
- 18 Millionen Geräte in Deutschland, 98% Weiterempfehlung

Energieeffizienz:

- Stromverbrauch ist stark kaufentscheidend bei Hausgeräten
- Jeder Fünfte hat bereits nur wegen Stromverbrauch Gerät ersetzt

Neue Kategorien:

- Durchgehend hohes Interesse, besonders ausgeprägt im Audiosegement

Fazit

Vernetzung:

- Hohes Interesse an Vernetzung, speziell für Sicherheits- und Komfortlösungen
- Schaffung sicherer Lösungen – und Information der Verbraucher darüber – erfordert weitere Anstrengungen durch die Hersteller

Vielen Dank!