MEDIACOM

Ströer – Insight-Community

Understanding Wearables – Measure your Life

Wearables überschwemmen zunehmend den Markt

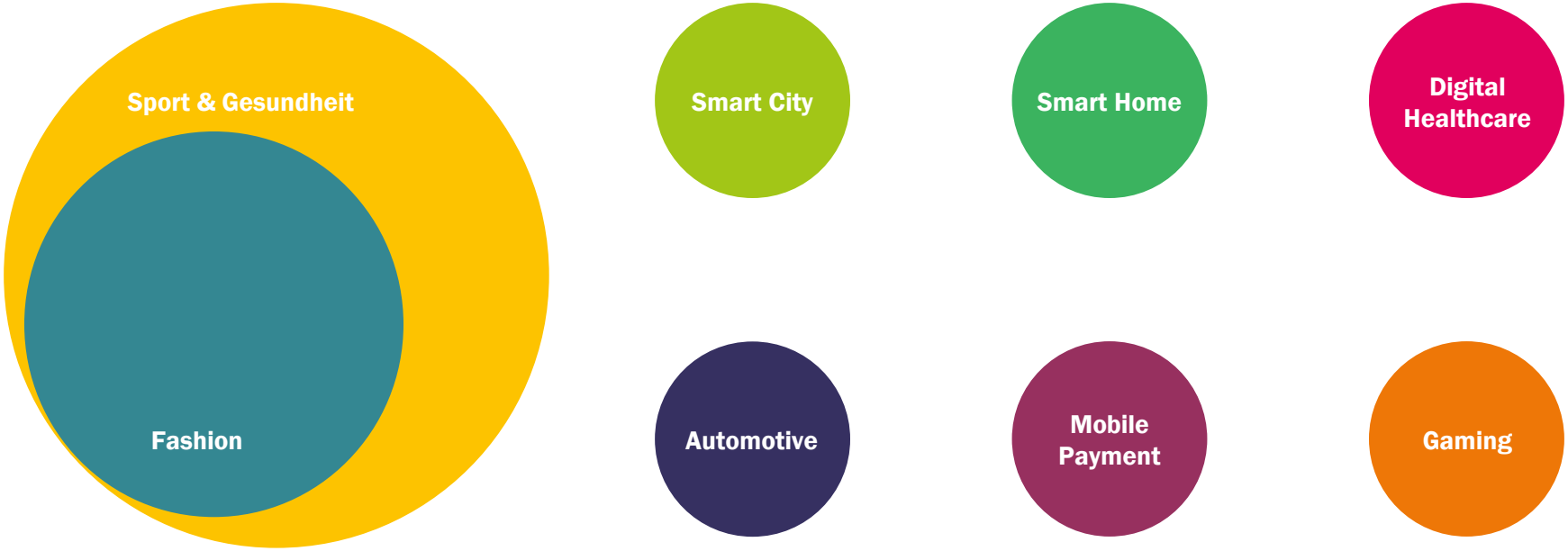
DER UMSATZ MIT WEARABLE TECHNOLOGY WIRD SICH IN EUROPA IM JAHR 2015 VORAUSSICHTLICH AUF RUND 4,55 MILLIARDEN EURO BELAUFEN UND BIS 2018 AUF 9,03 MILLIARDEN EURO STEIGEN.

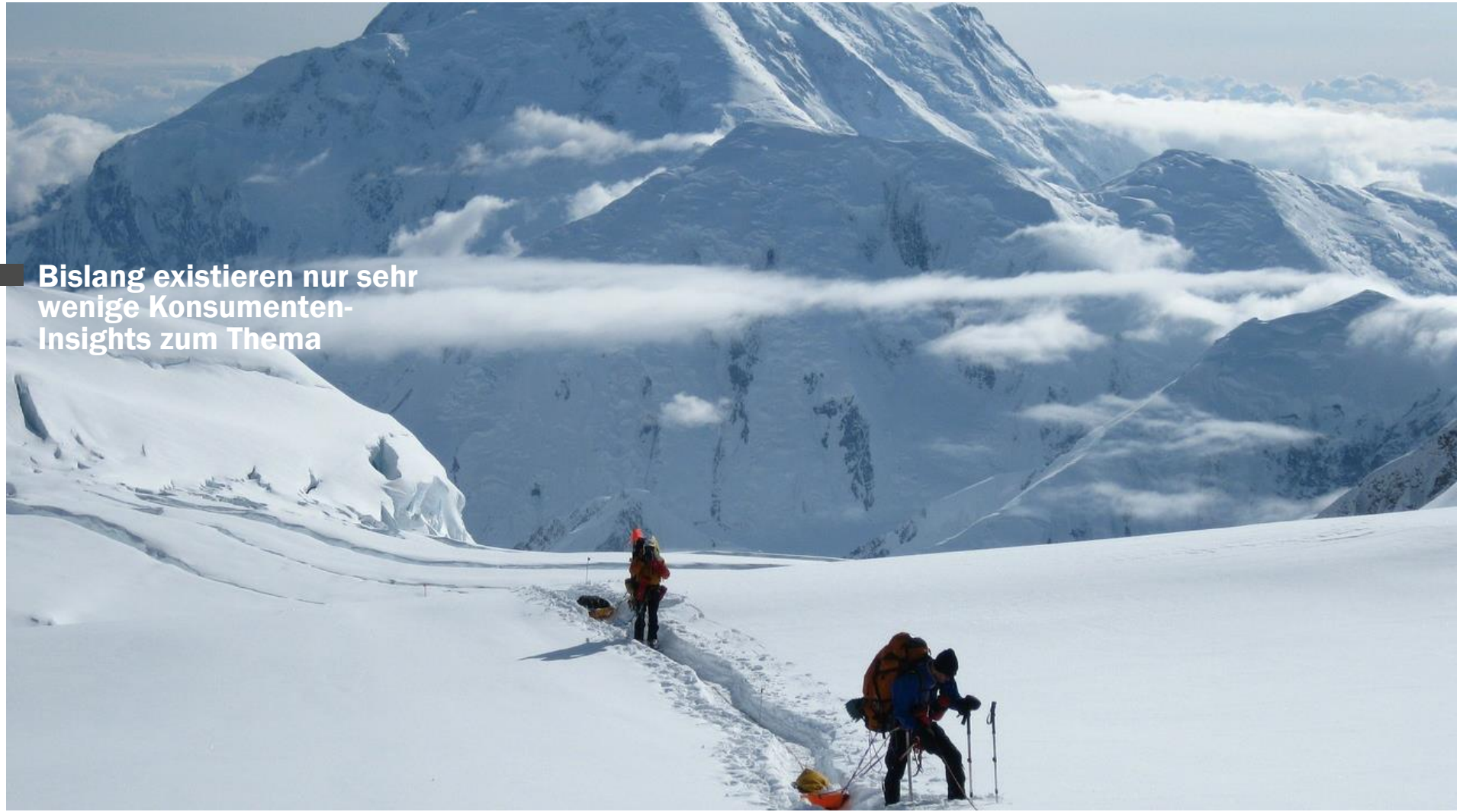
BITKOM, Deloitte 2014

2017 werden 30% der Smart Wearables komplett unauffällig und nicht als solche erkennbar sein. Das heißt sie werden früher oder später Einzug in das Alltagsleben halten – ohne, dass wir es merken.

Raimund Gross, Strategic Technology Advisor Products & Innovation
SAP 2015

Die Industrie nutzt und fördert diesen Trend, indem sie immer mehr Bereiche mit innovativen Lösungen besetzt





Bislang existieren nur sehr wenige Konsumenten-Insights zum Thema

01 Fragestellung & Setting

02 Wearables in der Wahrnehmung ihrer Nutzer

03 Potenziale für Werbung & Sponsoring

04 Summary

01

Fragestellung & Setting

Forschungsfragen

1. Welche Bedeutung haben Wearables im Alltag der Zielgruppe?
2. Welche Motivation steckt hinter der Verwendung von Wearables?
3. Wofür werden Wearables genutzt?
4. Wie werden vorhandene Funktionen genutzt?
5. Welche Arten von Wearables kann man sich zukünftig noch vorstellen?
6. Welche weiteren Funktionen und Dienste wünscht sich die Zielgruppe?
7. Welche Anknüpfungsmöglichkeiten an Wearables gibt es für OoH, z.B. via Beacons?

Worin liegt die Faszination von Wearables?

Studiendesign

Methode

- Moderierte qualitative Online-Community
- Kommunikation via Forum, Fotoalben, kreative Einzelaufgaben

Stichprobe

- N=36 Early Adopter, aus Online-Access-Panel rekrutiert

Zeitraum

- 2 Wochen, vom 13.01. bis 27.01.2015

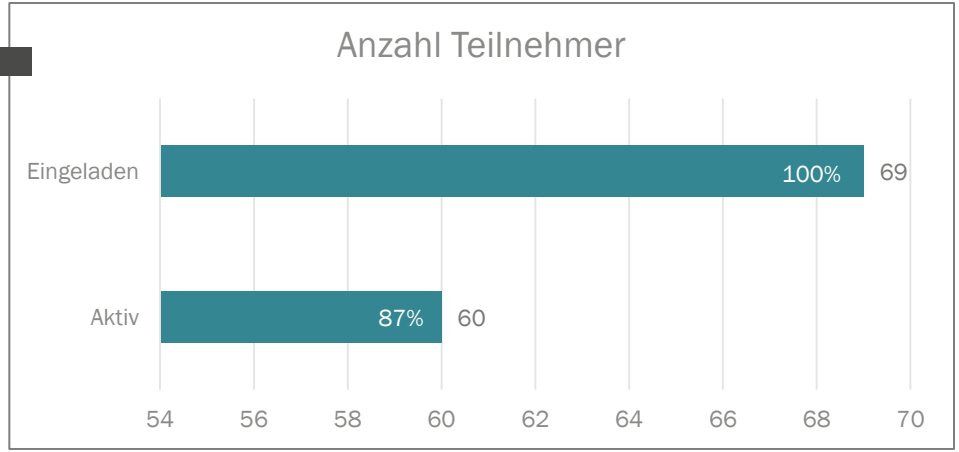
Ablauf

- Kontinuierliche Einstellung neuer Themen und Aufgaben während des gesamten Zeitraums
- Aktivierung und Führung der Teilnehmer durch 2 Moderatoren

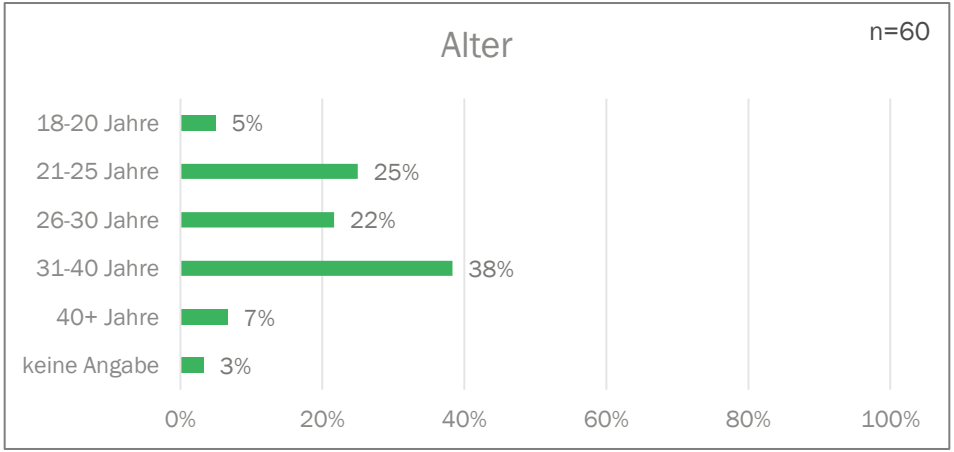
Teilnehmer

- Alter: 20+
- Geschlecht: 75% Männer, 25% Frauen
- 100% besitzen & nutzen ein Smartphone der neuesten Generation
- 50% besitzen & nutzen kontinuierlich Bluetooth-Fitnessarmbänder, 50% Smartwatches
- 100% interessieren sich für & informieren sich regelmäßig über aktuelle Entwicklungen mobiler Endgeräte
- 100% sind offen für standortbezogene Dienste & mobile Bezahlangebote
- 100% sind Early Adopter (technisch immer auf dem neuesten Stand, offen gegenüber Veränderungen, nehmen Risiken in Kauf, keine Heavy User)
- 100% sprechen mit anderen über ihre neuesten Errungenschaften & ihre Erfahrung damit

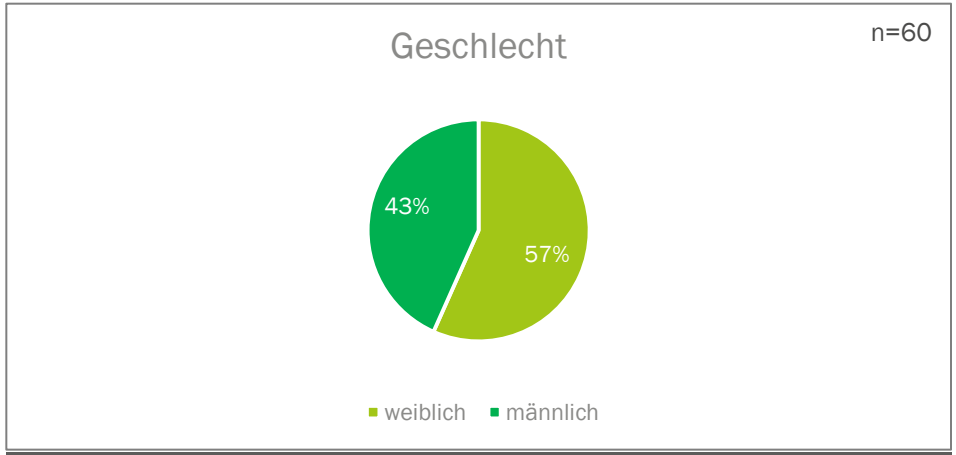
Nutzer von Fitness-Trackern & Smartwatches



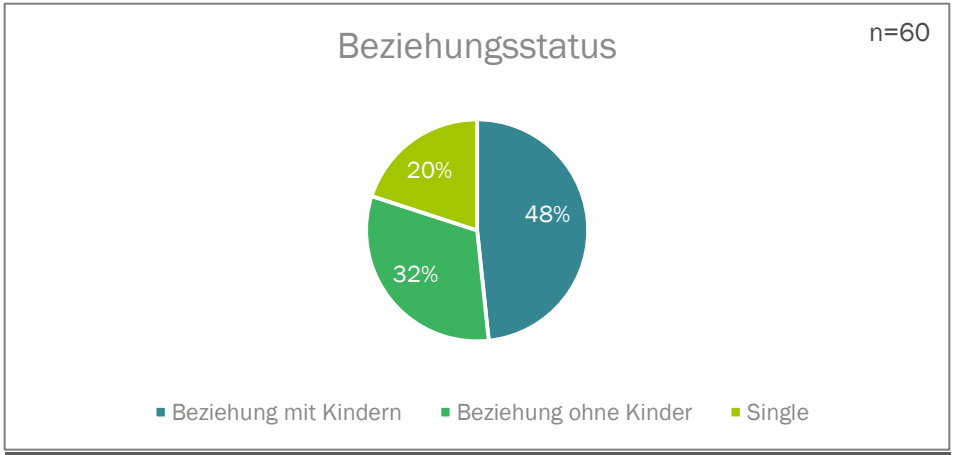
Überdurchschnittlich hohe Rücklaufquote von 87%



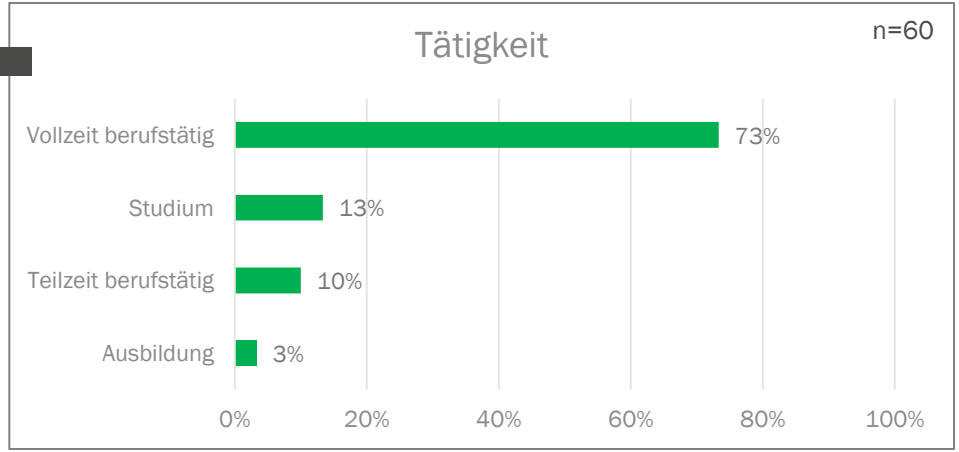
Teilnehmer sind älter als erwartet



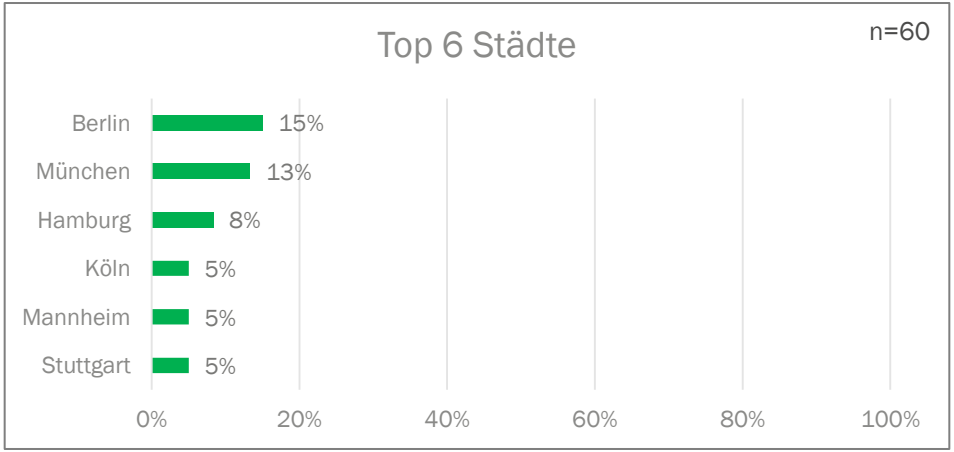
Geschlechterverhältnis anders als angenommen



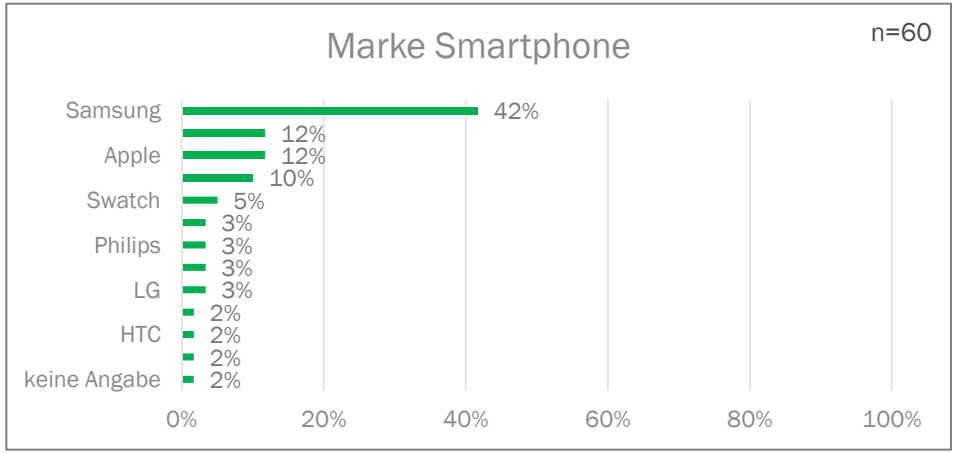
Knapp die Hälfte hat familiäre Verpflichtungen



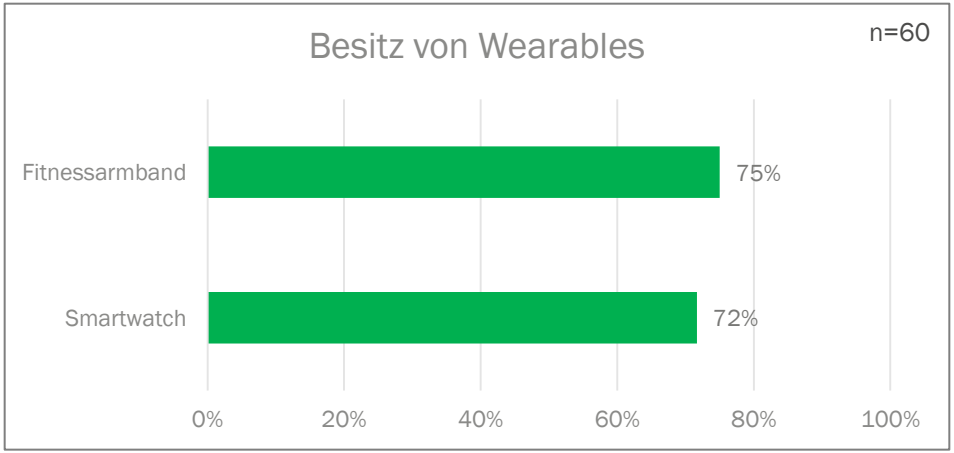
73% sind voll berufstätig – Zeitmanagement wichtig



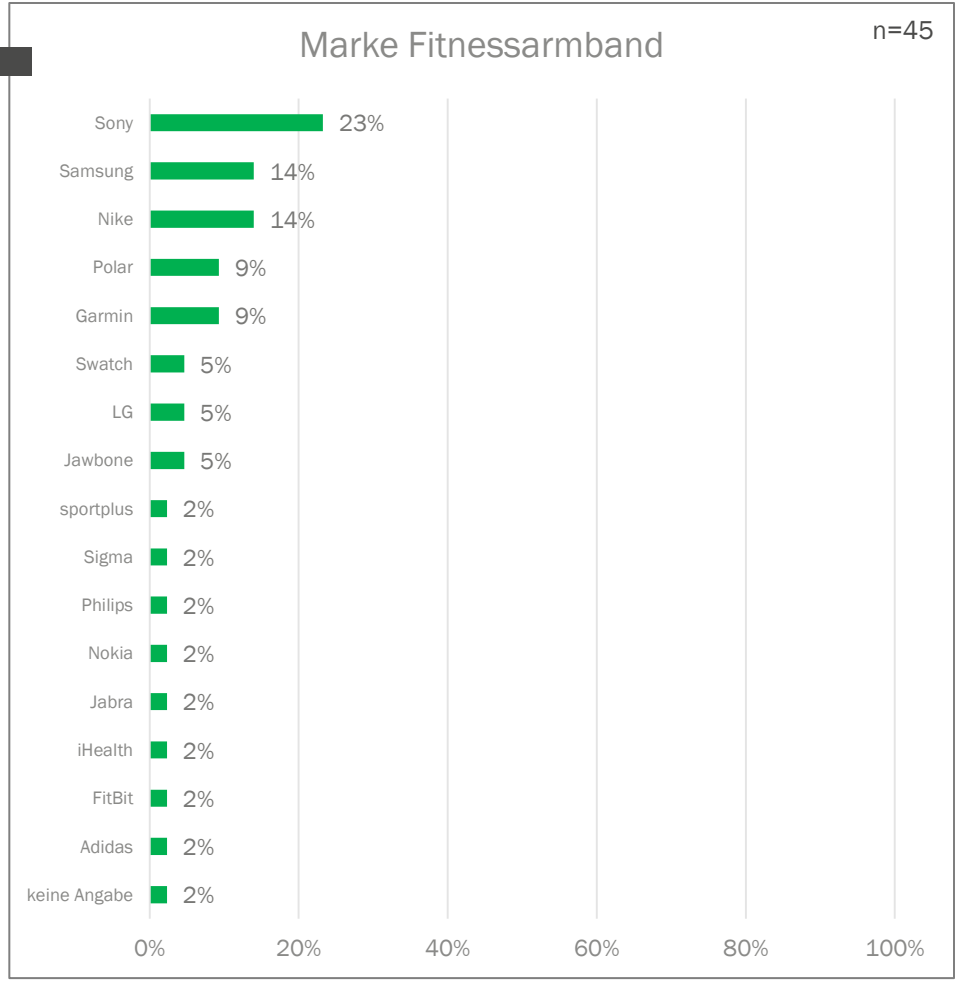
Teilnehmer sind über ganz Deutschland verteilt

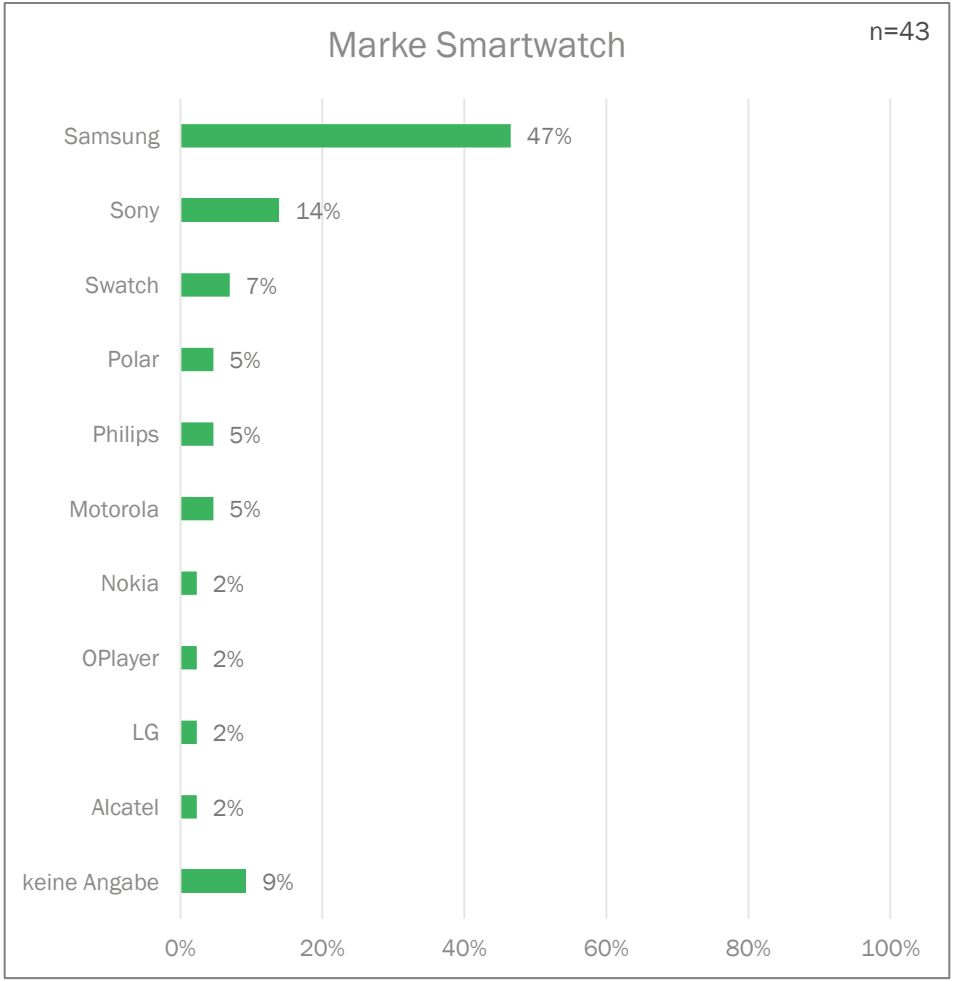


Samsung ist Smartphone-Spitzenreiter



Etwa 50% haben Fitness-Tracker und Smartwatch





Geringere Markenkonzentration bei Fitness-Trackern

Bei den Smartwatches führt wieder Samsung

Erhebungsinstrumente und –verfahren

18

Forenthemen

Einsatz von klassischen Diskussionen, Rollenspielen, assoziativen und projektiven Verfahren

4

Einzelaufgaben

Einsatz von klassischen Diskussionen, Rollenspielen, assoziativen und projektiven Verfahren

2

Fotoalben

Fotoupload mit Kommentarfunktion

1

Tagebuch

Protokoll des Tagesablaufs an 4 Tagen

Konstant hohe Beteiligung und starkes Involvement ohne Ermüdungserscheinungen

	Gesamt	Gesamt / 14 Tage	Gesamt / n=60 (statt der geplanten n=36)
Besuche	1.274	91 pro Tag	21 pro Person
Beiträge	2.209	158 pro Tag	37 pro Person
Wörter	146.485	10.463 pro Tag	2.441 pro Person
Foto-Uploads	111	8 pro Tag	1,8 pro Person

Täglich ⌀ 1,5 Besuche & 2,6 Beiträge pro Teilnehmer

02

Wearables in der Wahrnehmung ihrer Nutzer

Nicht sichtbare Prozesse sichtbar machen

Das erzählen die Teilnehmer

Die Nutzer beschreiben Freude an Zahlen, dass sie sehen können, was bisher nicht möglich war – was in ihrem Körper passiert. Bisher nicht Sichtbares, vorrangig Körperfunktionen und –prozesse (Puls, Blutdruck, Schrittzahl, Schlafrhythmus usw.) werden dadurch für sie „begreifbar“.

Psychologischer Hintergrund

Psychologisch gesehen zeigt sich in diesem Bedürfnis nach anfassbaren, objektiv überprüf- und steuerbaren numerischen Werten ein Mangel an „Begreifbarkeit“ in anderen Lebensbereichen. Die Vielfalt und zunehmende Unüberschaubarkeit des Alltags bringt den Einzelnen an seine Grenzen – und initiiert damit die Suche nach Transparenz und Reduktion auf ein überschaubares Maß – nämlich „objektive“ Zahlen, Diagramme und Verläufe.

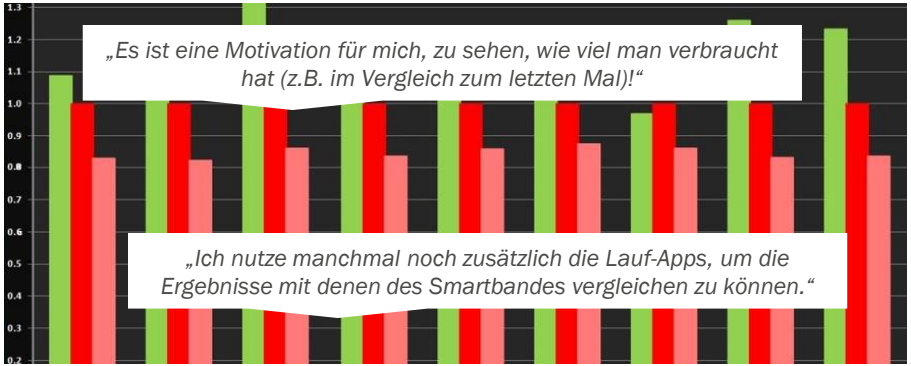
Messergebnisse mit Benchmarks vergleichen

Das erzählen die Teilnehmer

Die Übersetzung unsichtbarer Abläufe in objektive Messwerte macht die Daten vergleichbar. Die Nutzer können sie anhand allgemeingültiger Benchmarks einordnen und zu diesen in Beziehung setzen. Die Nutzer erleben einen positiven Effekt im Sinne einer aktiveren und gesündere Lebensweisen. Sie haben das Gefühl, besser einschätzen zu können, was und wieviel gut für sie ist.

Psychologischer Hintergrund

Hier zeigt sich das Bedürfnis, sich mit anderen zu vergleichen und aus diesem Vergleich einen positive Effekt auf den Selbstwert zu erzielen. Indem das Wearable die erzielten Messwerte zu Ergebnissen anderer oder eigenen früheren in Beziehung setzt, entsteht ein mehr oder weniger großer Handlungsdruck. Die subjektive Wahrnehmung von Geleistetem allein reicht nicht aus. Es fehlt das Vertrauen in Bezug auf die eigene Wahrnehmung.



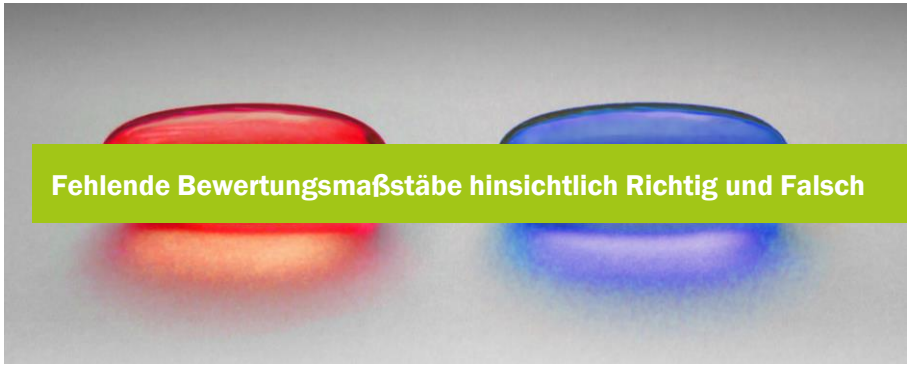
Sich entlang objektiver Benchmarks bewerten

Das erzählen die Teilnehmer

Die gemessenen Daten ermöglichen den Nutzern eine objektive und damit „sichere“ Bewertungsgrundlage für die Einschätzung der persönlichen Kennzahlen. Sie zeigen und bewerten Differenzen zu eigenen früheren Werten und denen anderer. Der Nutzer bekommt so eine Einschätzung der gemessenen Werte geliefert und damit Richtwerte vorgegeben, an denen er sich bzw. sein Verhalten ausrichten kann.

Psychologischer Hintergrund

Das Übermaß an Vielfalt im Alltag bringt auch Verunsicherung mit sich, indem allgemeingültige und verlässliche Werte und Normen relativiert werden. Psychologisch bedeutet die Orientierung an allgemeingültigen Benchmarks die Erweiterung qualitativer Werte um numerische. Richtig und Falsch werden somit messbar und konkret. Diese Vereinheitlichung bedeutet die Aufgabe eines Stücks Individualität zugunsten von mehr (Entscheidungs-)Sicherheit.



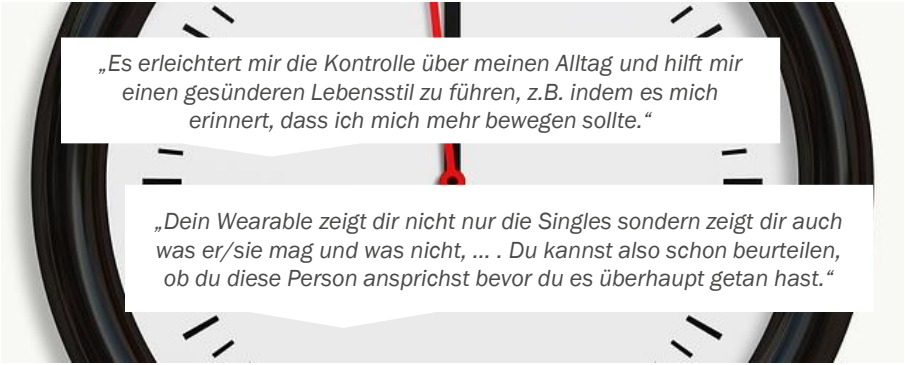
Den persönlichen Alltag effizienter steuern

Das erzählen die Teilnehmer

Neben der Datenerhebung und Beurteilung ist das Wearable auch im übrigen Alltag ein praktischer Begleiter, der für seinen Träger mitdenkt. Das Wearable wird gleichzeitig zur Sekretärin (Email-Verwaltung, Terminorganisation und –erinnerung), zum Life-Coach (Empfehlungsgeber und Motivator) und Bodyguard, der einen vor (körperlichen, sozialen, emotionalen) Schäden bewahrt.

Psychologischer Hintergrund

In der Wahrnehmung der Nutzer ermöglicht das Wearable mehr Kontrolle und Sicherheit – psychologisch gesehen handelt es sich jedoch um eine reine Suggestion und Selbsttäuschung. Denn die eigentliche Kontrollinstanz ist das Wearable, das seinen Träger durch den Alltag navigiert und ihm ermöglicht, einen Teil seiner Verantwortlichkeiten an es abzugeben.



Wahrnehmungs- und Handlungsspielräume erweitern

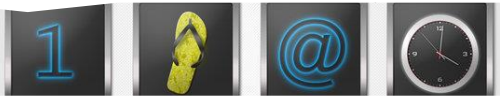
Das erzählen die Teilnehmer

Die Nutzer erleben durch das Wearable ein Mehr an Möglichkeiten und Freiheiten. Es erlaubt zum einen, sich in z.B. unbequemen Situationen zu entziehen, indem man sich unauffällig mit ihm beschäftigen kann. Zum anderen entstehen neue Beziehungsqualitäten, z.B. virtuelles Gruppentraining trotz unterschiedlicher Aufenthaltsorte, Übertragung von Berührungen via Vibration.

Psychologischer Hintergrund

Im Gegensatz zum zuvor beschriebenen Reduktionsbedürfnis werden hier die individuellen Möglichkeiten für Wahrnehmung und Handeln erweitert. Es entstehen scheinbar neue Wege sich sozialen Beziehungen zu entziehen bzw. diese aufrecht zu erhalten und zu intensivieren.

„Ich kann sogar in Meetings Nachrichten auf der Uhr lesen, ohne dass jemand meint ich würde geistig abwesend sein.“



„Ich würde gerne ein Armband tragen, das mich mit meinem Mann verbindet, dass wäre etwas Privates, Emotionales …“

Wunsch nach Befreiung von Alltagsbeschränkungen

Selbstwahrnehmung intensivieren

Das erzählen die Teilnehmer

Durch das Selbsttracking empfinden die Nutzer eine viel intensivere, persönliche Auseinandersetzung mit sich selbst und ihrem Körper als je zuvor. Sie nehmen Zustände und Veränderungen wahr, die sie vorher kaum oder gar nicht beachtet haben.

Psychologischer Hintergrund

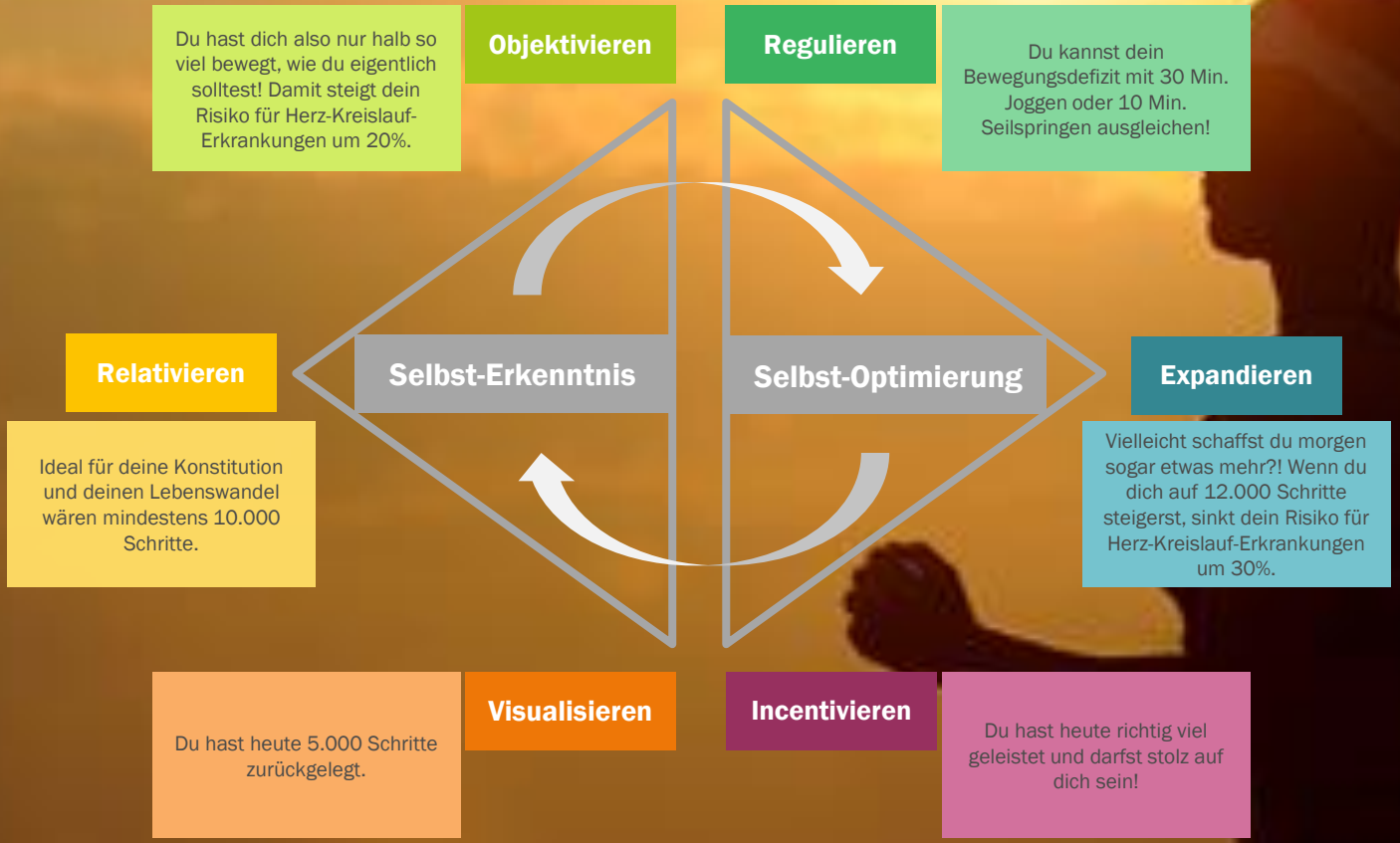
Auch hier trügt der Schein: Die Selbsttäuschung liegt darin, dass das eigentlich Menschliche buchstäblich auf der Strecke bleibt. Die Wahrnehmung von Bedürfnissen, Gefühlen und Fähigkeiten, das Hören auf Zwischentöne und die persönliche Intuition werden durch Kennzahlen ersetzt. Der Nutzer wird durch Belohnung und „Kritik“ praktisch auf ein „scheinbar“ richtiges Wahrnehmen und Verhalten konditioniert.

Funktionen und Bedürfnisse im Überblick

Funktionen	... denen jedoch unbewusste Bedürfnisse zugrunde liegen
Nicht sichtbare Prozesse sichtbar machen	Verunsicherung durch kaum überschaubare Vielfalt im Alltag
Messergebnisse mit Benchmarks vergleichen	Fehlendes Vertrauen in die eigene Wahrnehmung
Sich entlang objektiver Benchmarks bewerten	Fehlende Bewertungsmaßstäbe hinsichtlich Richtig und Falsch
Den persönlichen Alltag effizienter steuern	Suche nach Struktur und Führung
Wahrnehmungs- und Handlungsspielräume erweitern	Wunsch nach Befreiung von Alltagsbeschränkungen
Selbstwahrnehmung intensivieren	Vermeidung einer inneren Auseinandersetzung mit sich selbst

Funktionen existieren nicht losgelöst voneinander, sondern stehen zueinander in Beziehung

Beispiel Schrittzahlmessung



Die Teilnehmer erzählen aber auch ...

„... Irgendwann kann man dann auch ohne das Smartband einschätzen, wie weit man ungefähr gelaufen ist bzw. orientiert sich an dem, was man zuvor mit dem Smartband gemessen hat.“

Die Nutzer brauchen immer wieder neue Möglichkeiten, sich und die eigene Lebenswelt in Form von Zahlen zu entdecken und zu verorten

Die Faszination von Wearables liegt in der geführten Exploration des Unbekannten

Durch die Möglichkeit, unter Anleitung stetig neues Unbekanntes zu erkunden und sich zu eigen zu machen, bleibt diese Faszination lebendig

03

Potenziale für Werbung & Sponsoring

Akzeptanz durch individuellen Alltagsnutzen

Entsprechend dem Fokus der Nutzer auf sich selbst (Selbst-Erkenntnis, Selbst-Optimierung) steht für sie auch in Bezug auf Werbung eine starke Individualisierung bzw. Passung der Angebote auf die eigenen Bedürfnisse im Vordergrund.

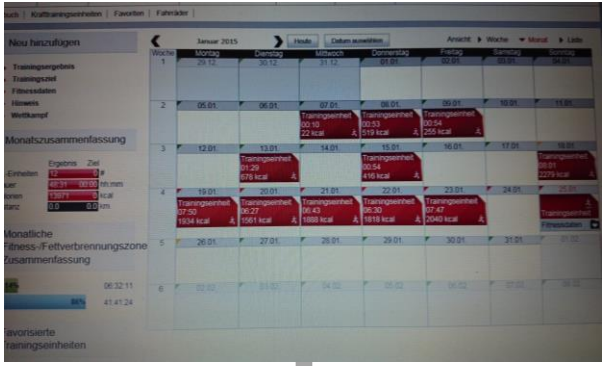
Da Wearables idealerweise als „Allround-Supporter" fungieren und gewährleisten (sollen), das Optimum für das Selbst herauszuholen, sind die Nutzer auch empfänglich für Empfehlungen, die (noch) gar nicht vorhandenen Bedürfnissen dienen – das Wearable weiß schon um (körperliche, zukünftig vielleicht auch emotionale) Defizite bzw. Optimierungsmöglichkeiten, ohne dass oder bevor der Nutzer sie selbst verspürt.

*„Also ich glaube, dass es halt auf die Anzahl ankommt, denn grundsätzlich fände ich **diese Art der „direkten" lokalen Werbung nicht schlecht** aber wenn mein Handy an jedem Laden bimmelt, wäre ich auch schnell genervt. So wäre diese Idee der Werbung wahrscheinlich ein schmaler Grat, wo sie funktionieren könnte."*

*„Es **kommt auf die Situation an**! Wenn ich gerade Lebensmittel kaufen, dann brauche ich keine Infos über günstige Schuhe."*

*„Blödes Beispiel: Wenn ich **durstig bin und Lust auf eine Dr. Pepper Cola** hätte (die es ja nicht überall gibt), wäre es super, darüber informiert zu werden."*

Die Kombination aus …



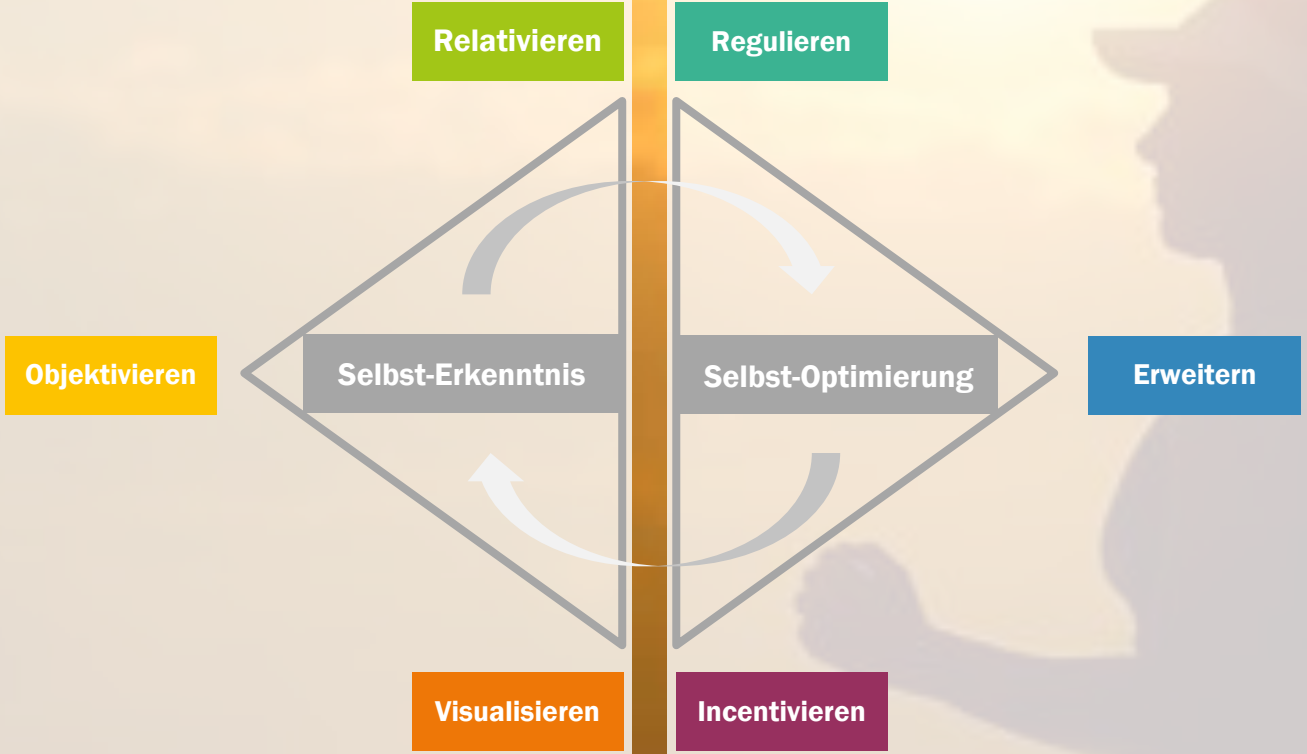
… kontinuierlich selbst getrackten Körperdaten

… modernen Technologien wie BLE und Beacons

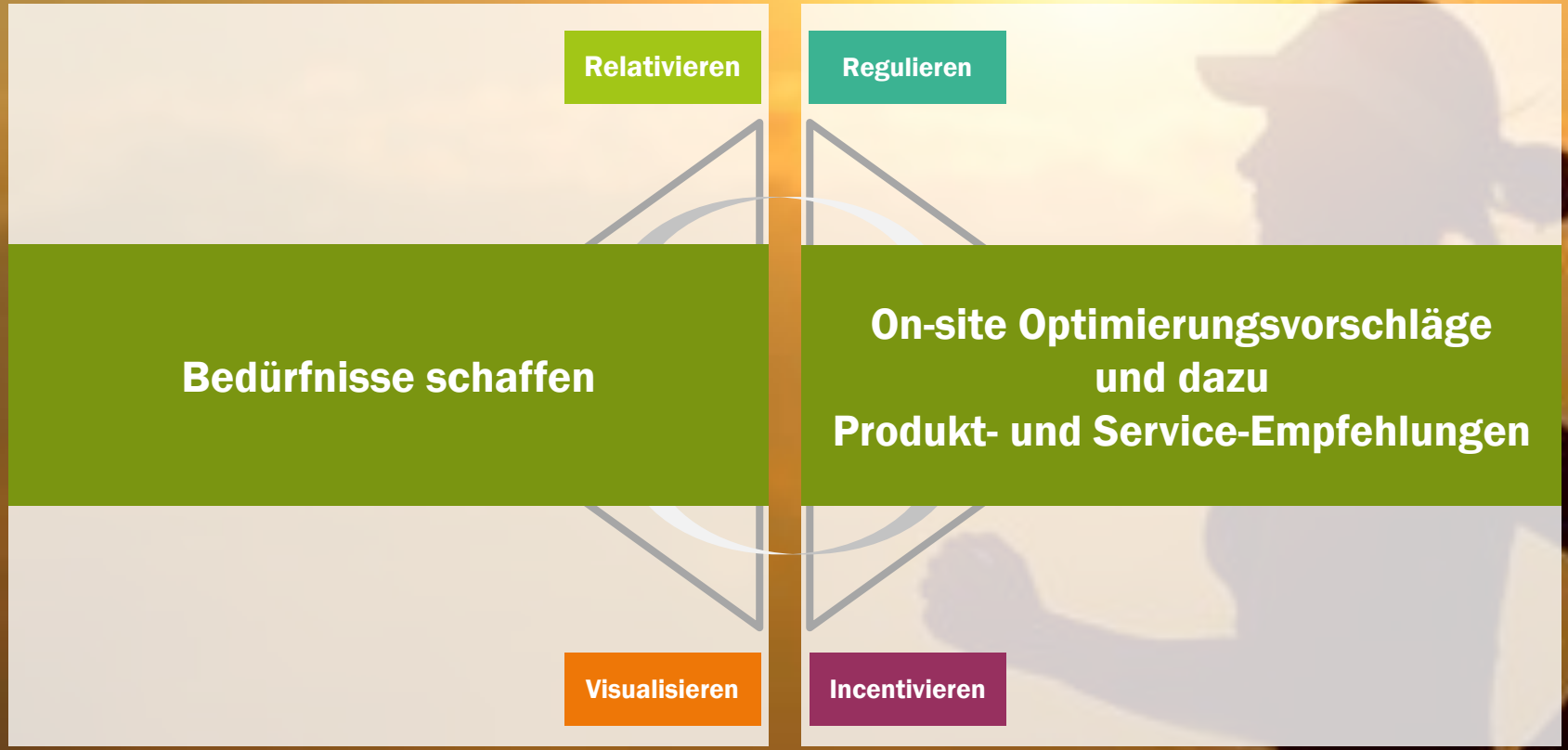
… Wissen um die Bedeutung von Wearables für ihre Nutzer

… bietet Werbenden die Chance, ihre Kommunikation (noch) stärker nach den spezifischen Bedürfnissen unterschiedlicher (potenzieller) Kunden zu richten.

Werbende können die Faszination aktiv mitgestalten, indem sie den Funktionskreislauf in Bewegung halten



Werbende können die Faszination aktiv mitgestalten, indem sie den Funktionskreislauf in Bewegung halten



Werbende können die Faszination aktiv mitgestalten, indem sie den Funktionskreislauf in Bewegung halten

Relativieren

Regulieren

Aufgabe der technischen Features und langfristigen Werbekommunikation (z.B. Ideale, Ziele)

Chancen für kurzfristige Ad-hoc-Kommunikation

Visualisieren

Incentivieren

Das heißt, sie müssen an die Stationen des Kreislaufs andocken

Zu allen via Wearable vorhandenen Daten besteht die Möglichkeit, in unmittelbarer Nähe eines Orts oder einer OoH-Werbung, die in Bezug zu den gemessenen Daten steht, folgende Werbemaßnahmen zu platzieren:

- Produkt- oder Dienstleistungs-empfehlungen in Verbindung mit personalisierten Produkt-Benefits und/oder Preisvorteilen
- gesponsorte Verhaltensempfehlungen – allein oder in Verbindung mit passenden Produkt- oder Dienstleistungs-empfehlungen

04

Summary

Fragestellung:

Die Rolle von Wearables im Leben der Nutzer und damit verbundene Chancen für Werbung und Marketing.

Methode:

Moderierte qualitative Online-Community mit Forum, Fotoalbum, Einzelaufgaben und Tagebuch

Stichprobe:

Ziel-n=36

Real-n=60

Dauer:

2 Wochen

Funktionen:

1. Visualisieren
2. Objektivieren
3. Relativieren
4. Regulieren
5. Erweitern
6. Incentivieren

Bedeutung:

Die Funktionen stehen zueinander in Beziehung, indem sie einen Funktionskreislauf bilden.

Die Faszination an Wearables besteht in genau diesem Kreislauf und solange dieser Kreislauf in Bewegung ist.

Dies ist gewährleistet, solange die Funktionen 1-3 dynamisch bleiben und damit immer wieder neue Anreize schaffen.

Bedeutung für Werbung:

Werbetreibende können und müssen an die Funktionen andocken, indem sie

- einerseits durch neue Visualisierungs- und Bewertungsmöglichkeiten kontinuierlich neue Anreize und Bedürfnisse schaffen.
- andererseits die Regulierung, Erweiterung und Incentivierung durch individuelle Produkt-, Service- und Dienstleistungsangebote unterstützen und fördern.

Je mehr persönliche Daten vom Nutzer erhoben und synchronisiert werden, desto spezifischer könnte Werbung zukünftig auf den Nutzer zugeschnitten werden.