



Dr. Robert Kecskes

Senior Insights Director
Strategic Customer Development | GfK SE

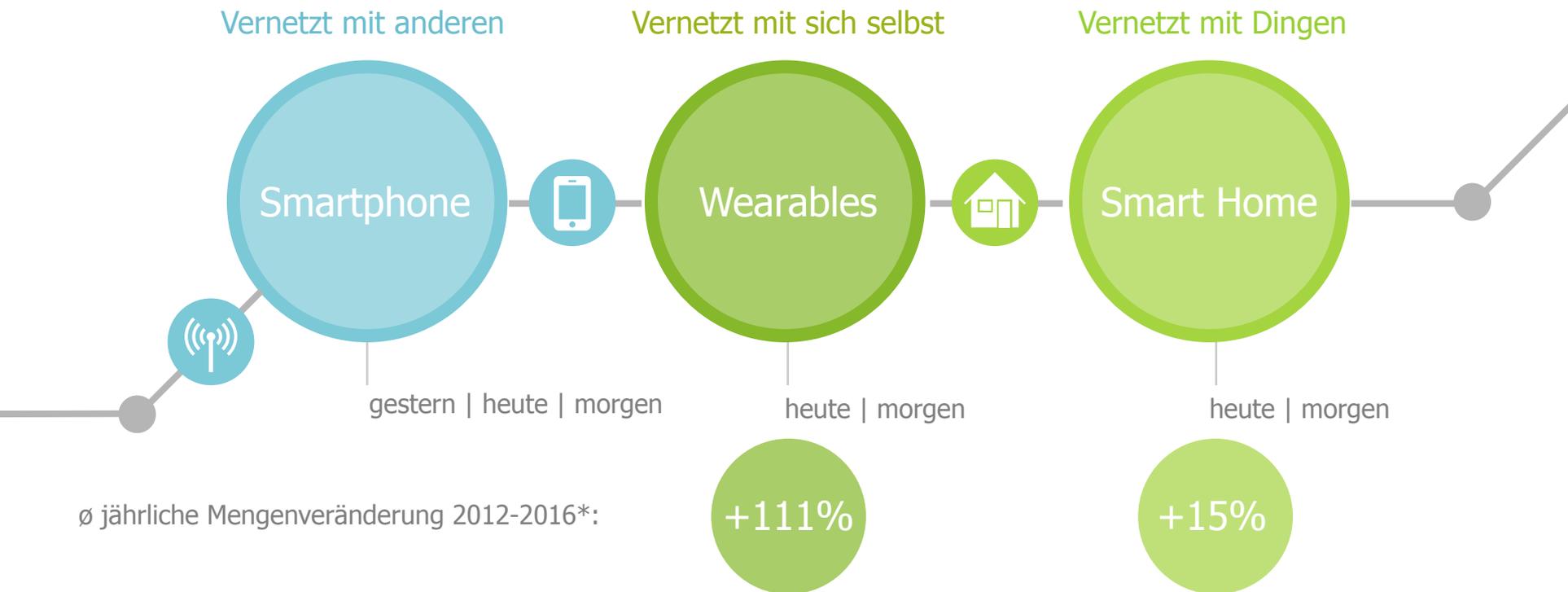
Sweet smart home

Die Zukunft des digital vernetzen Haushalts (Fokus: smarte Haushaltsgeräte)



Hyperconnectivity: Eine neue Ära der digitalen Vernetzung

Aber: Noch zurückhaltende Dynamik bei "Smart Home"-Nutzungen



Sechs Generationen: Die "Wiederaufbauer" werden in den nächsten Jahren sukzessive durch "Smarties" (ab 2012 geboren) ersetzt

Abgrenzungen nach Prägung und in Abstimmung mit internationalen Studien

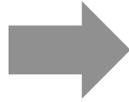
	Wiederaufbauer	Babyboomer	Generation X	Millennials	iBrains	Smarties
Die Geburtsjahrgänge:	 vor 1952	 1952 – 1966	 1967 – 1981	 1982 – 1996	 1997 – 2011	 nach 2011
Das Pränante der Sozialisation	Wiederaufbau	Wirtschaftswunder	Instabilität	Globalisierung	Digitalisierung	Hyperkonnektivität
Die Lebensstilperspektive	Materialistisch	Postmaterialistisch	Hedonistisch	Flexibilität	Pointillistisch	?

Zielgruppe: iBrains und Leading Edge Consumers (LECs)



Online Board

GfK SocioLog.dx



iBrains



N=30 Teilnehmer



Leading Edge Consumers



N=15 Teilnehmer

- ▶ 5 Tage Laufzeit
- ▶ Moderiert durch einen erfahrenen Moderator
- ▶ Gemeinsame und individuelle Aufgaben
- ▶ Dauer: ca. 30 Minuten pro Tag

- ▶ 18-22 Jahre alt
- ▶ Leben mit ihren Eltern/einem Elternteil zusammen
- ▶ Übernehmen zumindest gelegentlich Aufgaben im Haushalt (z.B. Putzen, Kochen, Waschen)
- ▶ Planen innerhalb eines Jahres auszuziehen
- ▶ Guter Mix der geplanten Wohnsituation: alleine, mit dem Partner, Wohngemeinschaft

- ▶ 30-65 Jahre alt
- ▶ Besitzen bzw. verwenden bereits Smarte Haushalts-/Elektrogeräte in ihrem Haushalt

▶ Total: N=45 Teilnehmer

Die junge Generation ist (natürlich) sehr offen für intelligente Haushaltsgeräte

"Hyperconnectivity" als selbstverständliche Zukunftsperspektive



Voice control (Assistent)

- ▶ Dialog: zwischen Nutzer und Sprachassistentz (Instruktionen)
- ▶ Keine Fernbedienung
- ▶ Keine Schalter



Homerobot (Phonetisch)

- ▶ Für den Haushalt
- ▶ Für die Essenzubereitung
- ▶ Zur Sicherung Whg./Haus
- ▶ Für Informationen



Konnektivität

- ▶ Vernetzung: Alle Geräte im Haus sind miteinander verbunden
- ▶ Kontrolle: Alles ist auch von außer Haus steuerbar



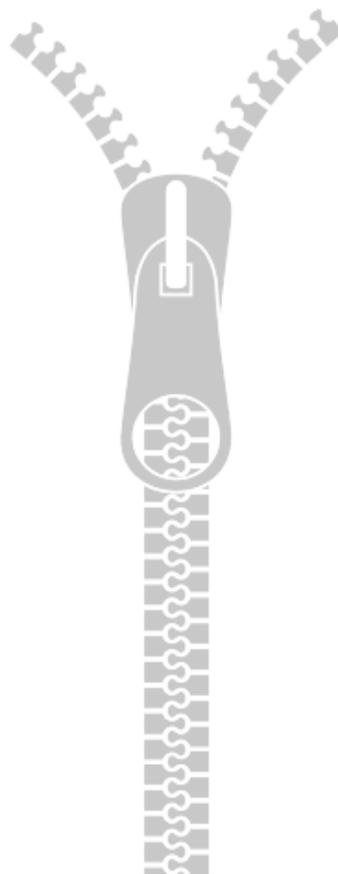
Standard

- ▶ Smart watch: als außer Haus Kontrollcenter für den Haushalt
- ▶ Videotelefonie
- ▶ Kabellos, geräuschlos

Gründe und Barrieren der Nutzung smarter Haushaltsgeräte

Gründe der Nutzung

- + Spannung, Spiel, Spaß, Coolness
- + Innovation, Trendy, Premium, Statussymbol
- + Vereinfachung, Erleichterung, Komfort, Automatisierung
- + Kontrolle, Rückversicherung
- + Sicherheit, Schutz
- + Effizienz, Nachhaltigkeit, Sparsamkeit



Barrieren der Nutzung

- Hoher Preis (Anschaffung und Unterhalt)
- Sicherheitsbedenken (Cyber Attacken, Daten)
- Geringes Vertrauen in die Technologie
- Komplexität
- Verlust der Autonomie, Ausgeliefertsein
- Unklarer Nutzen



Strumpfhosen-Nadel-Objekte;
Schallenberg 2010

"We have been trained to think of patterns ...
as fixed affairs. It is easier and lazier that way but,
of course, all nonsense. In truth, the right way to begin to
think about the pattern which connects is to think of it
as primarily (whatever that means)
a dance of interacting parts ..."

[Gregory Bateson]*

* Gregory Bateson: Mind and Nature: A Necessary Unity. New York: E.P. Dutton, 1979

Sinnhafter Genuss – gemeinsame Erlebnisse – smarte Haushaltsgeräte nicht erste Priorität

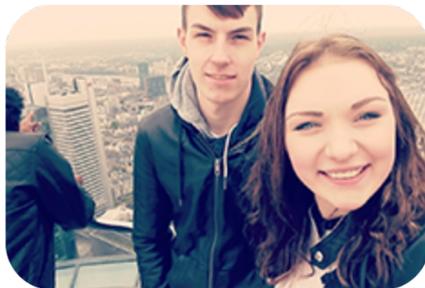
"Ich möchte
das Leben genießen.
Selber bestimmen wohin ich gehe.
Und viel unterwegs sein."
[iBrains | männlich]



Selbstverwirklichung

- ▶ Hobbys (z.B. Sport)
- ▶ Reisen
- ▶ Mode (vor allem Frauen)
- ▶ Außer Haus Erlebnisse (Essen gehen, Clubbing, Konzerte, Festivals)
- ▶ Elektronische Unterhaltung

"Meine Familie
ist sehr wichtig.
Aber auch meine Freunde.
Das ist wichtiger als alles andere."
[iBrains | weiblich]



Gemeinschaft

- ▶ Partner
- ▶ Familie
- ▶ Freunde
- ▶ Bekannte

iBrains sind auf der Suche nach Selbstverwirklichung und Gemeinschaft

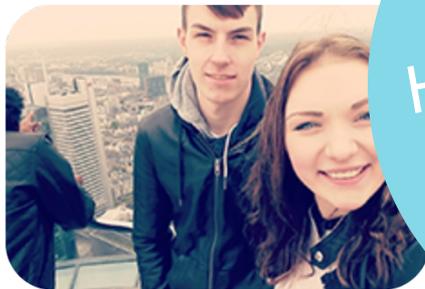
Sinnhafter Genuss – gemeinsame Erlebnisse – smarte Haushaltsgeräte nicht erste Priorität

"Ich möchte
das Leben genießen.
Selber bestimmen wohin ich gehe.
Und viel unterwegs sein."
[iBrains | männlich]



Selbstverwirklichung

"Meine Familie
ist sehr wichtig.
Aber auch meine Freunde.
Das ist wichtiger als alles andere."
[iBrains | weiblich]



Gemeinschaft

- ▶ Hobbys (z.B. Sport)
- ▶ Reisen
- ▶ Mode (vor allem Frauen)
- ▶ Außer Haus Erlebnisse (Festivals, Clubbing, Events, etc.)
- ▶ Unterhaltung (TV, Gaming, etc.)

Für smarte
Haushaltsgeräte
ist hier noch
wenig Platz

Möglichkeiteninflation und Verlust von Selbstverständlichkeiten erzeugen Unsicherheiten



Angst vor Misserfolg



Misslingende
Selbstverwirklichung



Finanzielle
Unsicherheiten

"Wenn wir ehrlich sind, haben wir nämlich mittlerweile überhaupt keine Lust mehr auf Suchen. Wir wollen endlich finden."
[Nina Pauer]*

"Hätte ich doch ..."; der Zwang zu permanenten Entscheidungen

"Pointillistische" Lebensperspektive: Wie wird das Bild aussehen, wenn später rückblickend die relevanten Entscheidungs-Punkte des Lebenslaufs verbunden werden?



Georges Seurat: Ein Sonntagnachmittag auf der Insel La Grande Jatte (1884–1886)

Die Zumutungen einer "pointillistischen Lebensperspektive" und pragmatische Lösungsstrategien



Zugang anstatt Besitz:
"Collaboration in a subscription economy"

Sharing Economy



Bastelkonsum:
Mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen,
wechselnde Herausforderungen flexibel angehen können

Bricolage



"Moratoriums-" Konsum:
Aufschiebung festlegender ("high cost"-) Entscheidungen

MORATORIUM

Das Internet als Zugang zur sozialen Welt

Always on: wesentlicher Teil des Alltags, vor allem zur Kommunikation



Pflege sozialer Kontakte und Nähe

Das Internet ist für viele unentbehrlich für die tägliche Kommunikation und für den Kontakt zur Familie und zu Freunden.

Facebook, Twitter, WhatsApp & Co. sind feste Zugänge für die Kommunikation (den Austausch) innerhalb der peer groups

Hoffnung und Träume (bei iBrains)

Videoblogger und YouTuber sind neue Stars und oft wichtige Vorbilder

Interaktivität und Verspieltheit

Die neuen Möglichkeiten der interaktiven Online-Kommunikation bereichern das persönliche Leben

Informationen und Entdeckungen

Das Internet macht es leicht, den "Wissensdurst" zu befriedigen.

Selbstinszenierung

Selbstdarstellung im Internet trägt zur persönlichen Identitätsbildung bei.

Mehr Informationsaustausch, mehr Kontrolle, aber eine Verschiebung vom "face-to-face" Dialog zum Texten und zur Teilaufmerksamkeit*



Vom spontanen "face-to-face"
Dialog zum editierten
"device-to-device" Dialog



(Partieller) Verlust an Empathie
und Spontanität



Permanente
Teilaufmerksamkeit



Verringerung der
Aufmerksamkeitsspanne



"Voice Control": Der Dialog mit und über smarte, digitale Geräte wird für die junge Generation zur Normalität





Wohnräume

Waschmaschinenbereich | Küche | Essbereich



Waschmaschinenbereich: "Versteckte" Fläche

Die Platzierung der Waschmaschinen hängt vom Wohngrundriss und den Wohnbedingungen ab.

"Der Bereich für's Waschen ist mir egal. Er ist im Keller. Da ist es kalt, dunkel und unordentlich. Was soll's? Niemand sieht es!"

[[iBrains](#) | männlich]



Innovations-Album Waschen/Waschmaschine: Beispielhafte Ideen der Befragten

Außer-Haus-Kontrolle, Waschconvenience, Sparsamkeit, Nachhaltigkeit



"Eine smarte Waschmaschine,
die es mir erlaubt sie über
mein Smartphone zu bedienen."
[iBrains | weiblich]



"Dank der Dampftechnologie
ressourcenschonend.
Mit Mengen Kontrolle.
Und dank der dreifach
Waschtrommeln kein aufwendiges
Vorsortieren."
[LEC | weiblich]



"Waschen ohne Wasser.
Freie Sauerstoff-Radikale und
ultraviolettes Licht fließen durch
die Fasern der Bekleidung.
Kein Waschmittel wird benötigt.
So könnte Waschen in Zukunft aussehen.
Unglaublich!"
[LEC | männlich]

Innovations-Album Kochen/Küche: Beispielhafte Ideen der Befragten

Aufstrebend:

All-in-one Haushaltsroboter, Voice Control und intelligenter Kühlschrank.



"Es ist sicherlich sehr futuristisch und Science-Fiction-mäßig. Dennoch finde ich die Idee sehr reizvoll – einen Roboter als Haushaltshilfe für einfache Tätigkeiten zu haben."

[iBrains | männlich]



"Alexa beantwortet alle Fragen. Liest aus Büchern vor, informiert über Nachrichten, Verkehr, Wetter, Sport. Sie kann flache Witze machen. Du möchtest eine neue BlueRay bestellen? Kein Problem, sie bestellt sie für Dich online. Sie ist so schlau, ich liebe sie!"

[LEC | männlich]



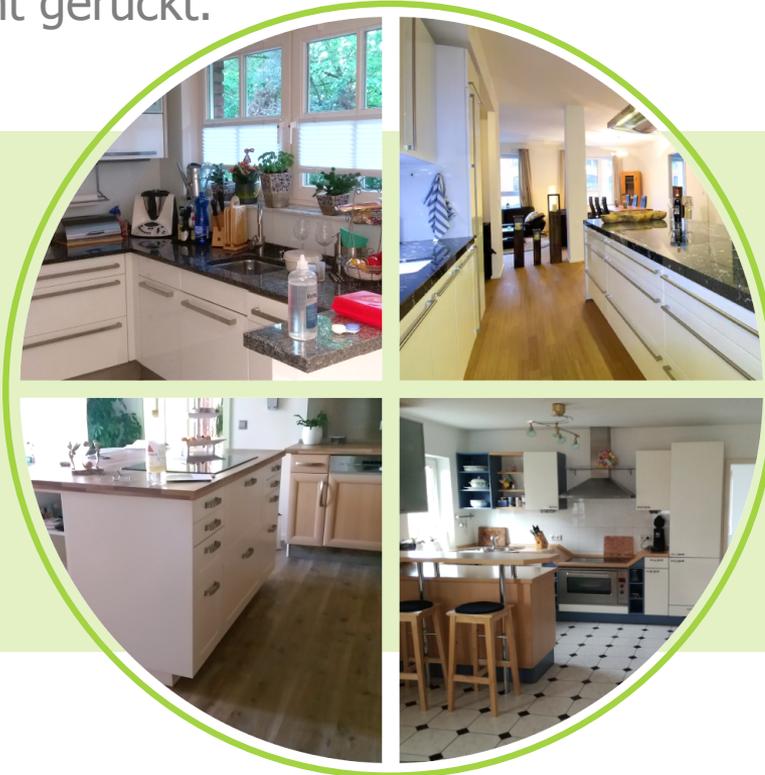
"Hier haben wir es! So 'was gibt es bereits. Ein Kühlschrank, der sich um meine Lebensmittel kümmert. Kontrolliert alles im Inneren. Macht die Essens-Einkäufe. Warnt mich, wenn Essen abgelaufen ist. Tolle Idee!"

[LEC | weiblich]

Die Küche: der Präsentations-Bereich

Die Küche ist häufig das Zentrum des Haushalts und wird vermehrt ins Rampenlicht gerückt.

"Ich bin sehr stolz
auf unsere Küche.
Ich finde sie sehr modern und
stilvoll. Hier ist immer was los.
Es ist mehr als nur Kochen
und Essen. Üblicherweise
verbringen wir viel Zeit
gemeinsam in der Küche."
[LEC | weiblich]

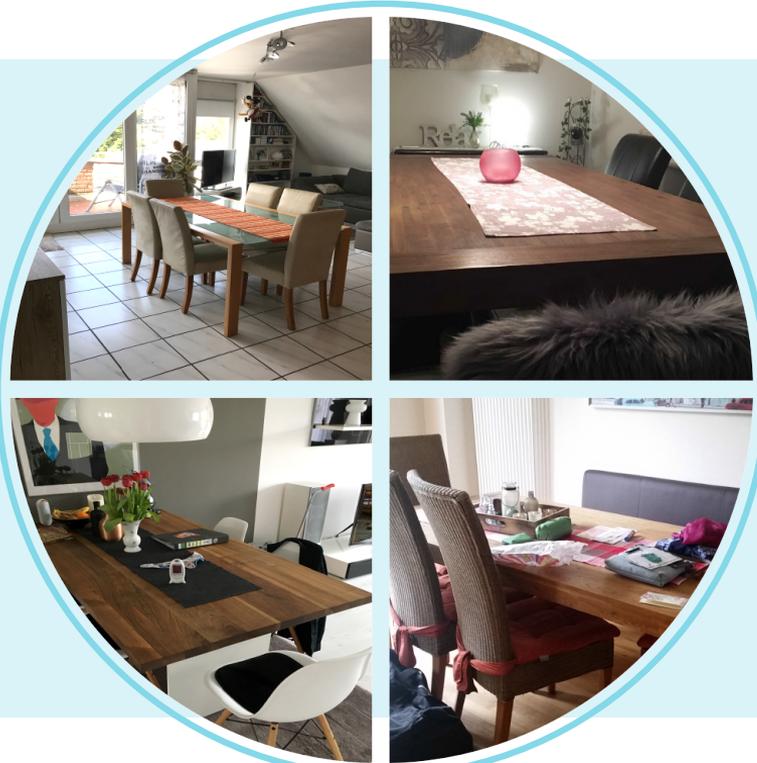


Der Essbereich: Sozialer Treffpunkt

Sammelpunkt für Familie und Freunde, auch als offene Küche.

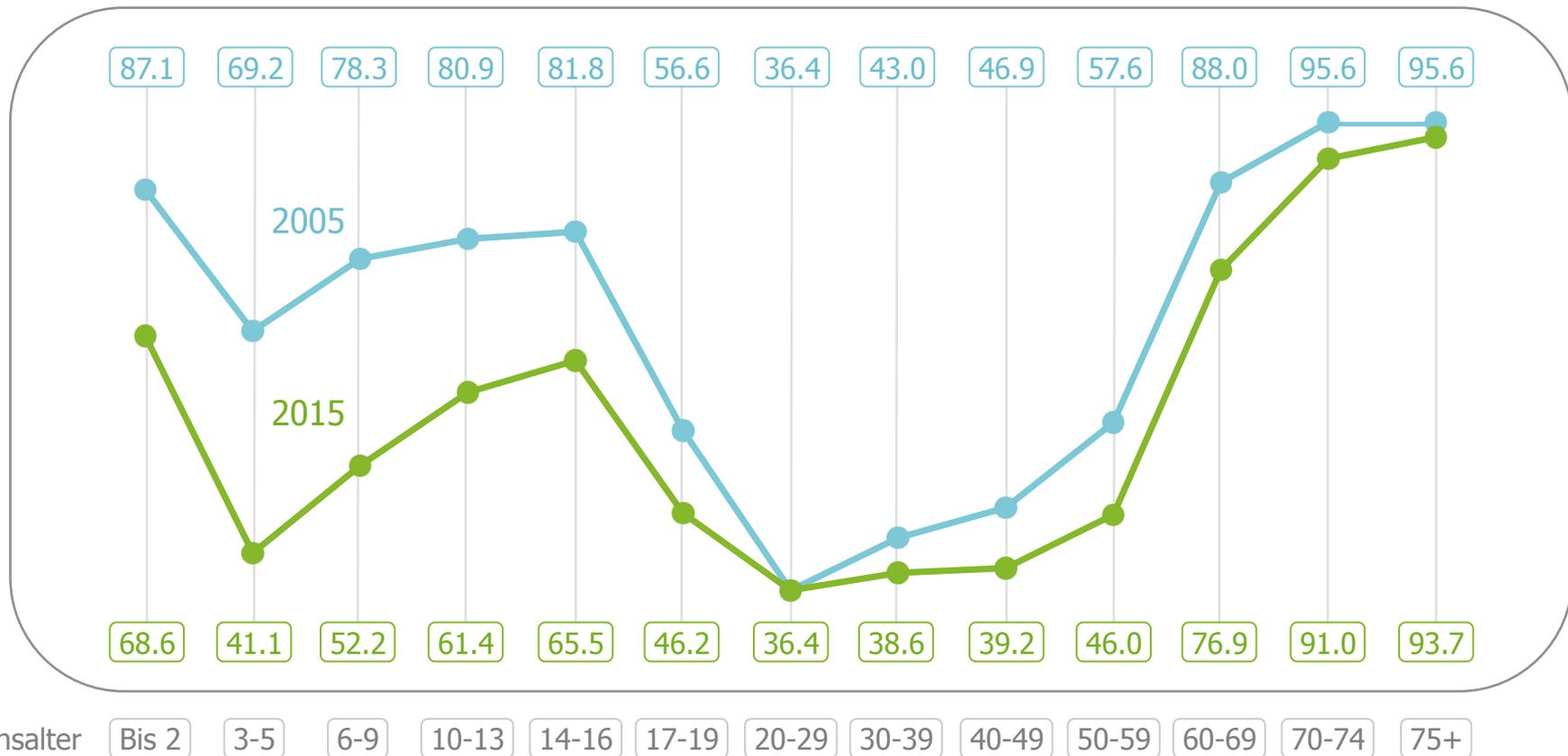
"Der Esszimmer-Tisch ist
unser Familienplatz.
Zumindest einmal am Tag –
meistens abends – kommen
wir hier alle zusammen.
Wir essen, unterhalten uns über
den Tag. Wir machen
gemeinsame Pläne.
Manchmal arbeitet einer
am Laptop, der andere
liest Zeitung etc."

[[iBrains](#) | weiblich]



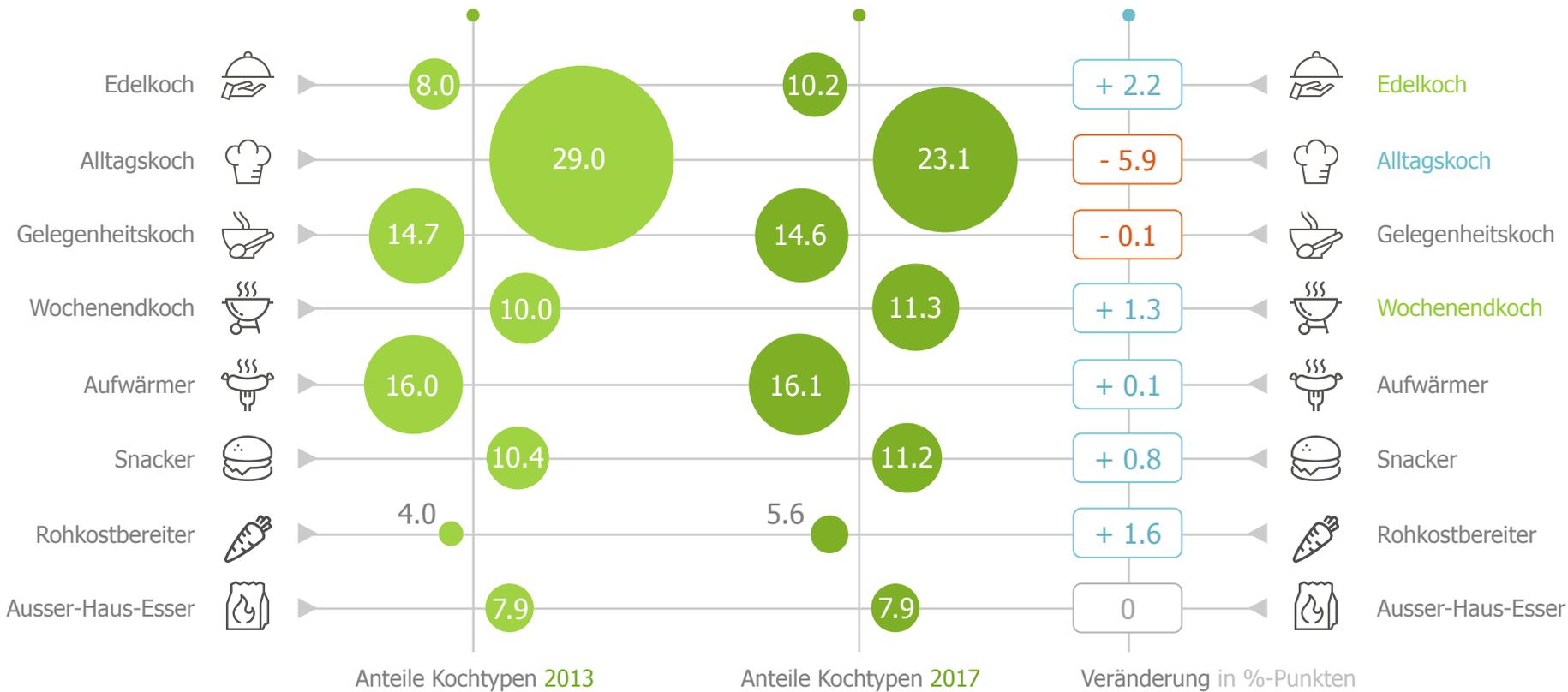
Immer weniger Menschen essen wochentags zu Hause ihr Mittagsmahl

Personen, die ihr Mittagessen wochentags (Mo.-Fr.) üblicherweise zu Hause einnehmen 2005 und 2015 nach Lebensalter (in %)



Der Alltagskoch verliert an Dominanz

Es findet eine Fragmentierung von Kochtypen statt



Sharing Economy

BRICOLAGE

MORATORIUM

iBrains



Smarte Bastel-Küche

"gebastelt zum Basteln"

"conveniente Spielwiese"

"Einzel-Statement"-Innovation

Welche Küche für welche Generation in welcher Lebenszyklusphase?



Junge Familien Moderne funktionale Küche

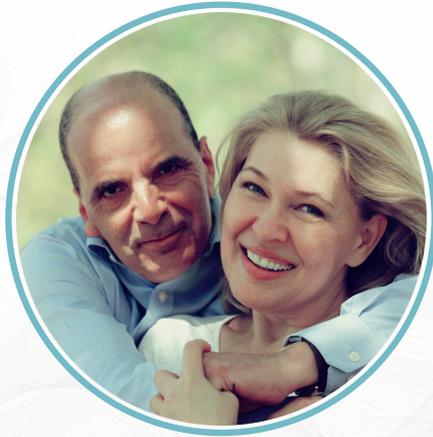
"up-to-date-Einrichtung"
"up to date" heißt Innovationen
aus der Vor-Familienphase



Junge Singles | DINKS Smarte Bastel-Küche

"gebastelt zum Basteln"
"conveniente Spielwiese"
"Einzel-Statement"-Innovation

Welche Küche für welche Generation in welcher Lebenszyklusphase?



Ältere Familien | Empty Nester Smarte Kreativ-Küche

"geformt für Koch-Performer"
Küche als ineinandergreifende Gesamtheit
mit Offenheit für Kreativität



Junge Familien Moderne funktionale Küche

"up-to-date-Einrichtung"
"up to date" heißt Innovationen
aus der Vor-Familienphase



Junge Singles | DINKS Smarte Bastel-Küche

"gebastelt zum Basteln"
"conveniente Spielwiese"
"Einzel-Statement"-Innovation

Studie

Sweet Smart Home

Die Zukunft des digital vernetzten Haushalts

Die qualitative Studie mit Fokus auf die junge Generation der iBrains zeigt: das Potenzial für smarte Haushaltsgeräte wird in den nächsten Jahren schnell anwachsen.

- ▶ Smarte Haushaltsgeräte werden mit viel Hoffnung und Vorfreude erwartet
- ▶ Es bestehen spannende Visionen zum Nutzen von smarten Haushaltsgeräten
- ▶ Aber es existieren auch Vorbehalte, Skepsis und Befürchtungen

Inspirations-Workshop

Streaming | Sharing | Bricolage

Consumption and communication in the young, digitized generations of iBrains and Millennials

An inspiration-workshop to win and bind the young generation





Sprechen Sie uns an



Dr. Robert Kecskes
Senior Insights Director |
Strategic Customer Development | GfK SE
+49 211 936 532 10 | +49 170 187 613 7
Robert.Kecskes@gfk.com



Ines Melzer
Senior Director
Market Opportunities & Innovation | GfK SE
+49 911 395 3720
Ines.Melzer@gfk.com