

Fokus Entertainment

Das traute Heim als Hightech-Zone

Vollständig vernetzte Haushalts- und Unterhaltungstechnologien sind längst machbar, im Technikrausch dürfen die Hersteller jedoch die Wünsche der Konsumenten nicht vergessen.

Früher kam die Musik aus der Stereoanlage, der Fernseher sorgte für das visuelle Entertainment, tiefer gehende Informationen bezogen wir aus Büchern und Zeitungen, im Arbeitszimmer wurde am PC gearbeitet und kommuniziert hat man per Festnetztelefon.

Inzwischen sind die einzelnen Kommunikations- und Unterhaltungsmedien zu multifunktionalen Alleskönnern verschmolzen. Ein kabelloses Media-Center kann alle Aufgaben übernehmen, für die einmal einzelne Komponenten nötig waren. Der nächste Entwicklungsschritt ist die Verknüpfung der gesamten Unterhaltungs- und Haustechnik in einem intelligenten E-Home. Prototyp dafür ist das Berliner T-Com-Haus, in dem man per Handy oder Palm den Herd oder das Bügeleisen aus der Ferne bedienen kann. Den technischen Möglichkeiten sind scheinbar keine Grenzen gesetzt, doch der Markterfolg solcher Anwendungen hängt allein davon ab, ob sich eine breite

Masse an Konsumenten auch für deren Nutzung entscheiden wird.

Das überdurchschnittliche Umsatzwachstum im Segment der Unterhaltungselektronik zeigt, dass die Konsumenten bereit sind, für designorientierte und innovative Technologien Geld auszugeben. Andererseits verlässt sich die Mehrheit immer noch lieber auf die vertrauten Einzelgeräte. Konsumenten folgen nicht willenlos allen technologischen Offerten. Sie wehren sich gegen zu viele und unverständliche Neuerungen, indem sie diese bei ihren Kaufentscheidungen ignorieren. Neue Technologien müssen sich deshalb den Alltagsbedürfnissen der Menschen anpassen.

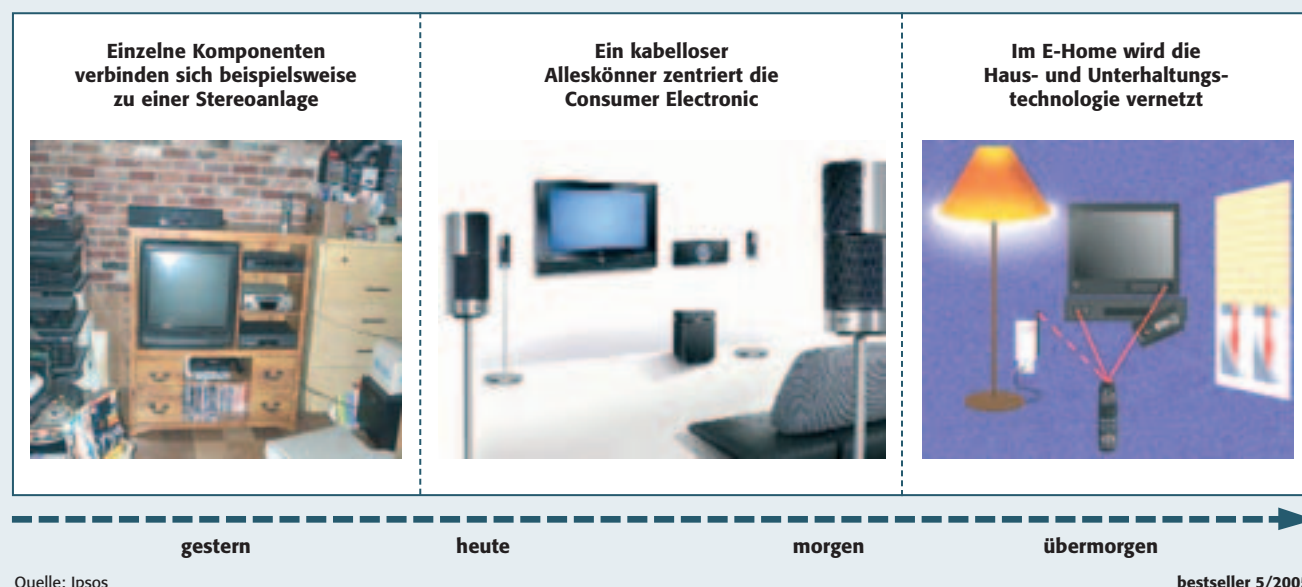
Ipsos untersucht diese Bedürfnisse für IT, Consumer Electronic und E-Home und hat acht zentrale Felder identifiziert, die sowohl Treiber als auch Barrieren für die Akzeptanz von neuen Technologien im Alltag darstellen und damit den Markterfolg entscheidend beeinflussen.

Intuitive Kommunikation: Die wachsende Anzahl der Anwendungsmöglichkeiten verwirrt die Konsumenten. Kaum jemand schöpft alle technischen Funktionen der neuen Geräte voll aus. Eine erfolgreiche Technik muss deshalb vor allem unkompliziert zu bedienen sein und sich idealerweise den Sinneskanälen der Menschen anpassen. Ein Beispiel für intuitive Kommunikation ist der I-Cat von Philips, eine sprach-, gesichter- und objekterkennende Schnittstelle, die eine Bedienung von vernetzter Haustechnik durch sprachliche und mimische Kommunikation ermöglicht.

Design: Design gilt immer stärker als Ausdruck von Individualität, Persönlichkeit, Lebensstil und Hochwertigkeit, vor allem im Bereich der Consumer Electronic. Dass Design häufig kaufentscheidender ist als Funktionalität, zeigt das Motorola Black Razr V3. Es ist das begehrteste Handy des Jahres, obwohl seine technische Ausstattung und

Von der Stereoanlage zur E-Home-Schaltzentrale

Entwicklung der Unterhaltungselektronik in Haushalten



Funktionalität faktisch begrenzter ist als die anderer Geräte. Hier zeigt sich, dass die Konsumenten häufig nur schwer beurteilen können, welche technischen Leistungen die besten sind, und sich deshalb für das Gerät entscheiden, das am „coolsten“ aussieht.

Sicherheit: Das erhöhte Bedrohungsgefühl in modernen Gesellschaften durch Terrorismus, Umweltkatastrophen und Kriminalität führt zu einem tiefen und weit reichenden Sicherheitsbedürfnis. Insofern entsprechen Sicherheits- und Kontrollanwendungen wie vernetzte Alarm- und Brandmeldesysteme, Anwesenheitssimulationen, Video- und Fernüberwachung, biometrische Türöffner und Zentralverriegelungen bis hin zur Frühwarnung vor Unwettern dem Rundum-sorglos-Bedürfnis vieler Hausbesitzer. Sie bieten somit eine ideale Argumentationsgrundlage für die Anschaffung vernetzter Haustechnik.

Innovation: Der Neuigkeitsaspekt ist ein wichtiger Treiber im Konsumentenverhalten. Doch das konkrete Bedürfnis wird meist erst dann geweckt, wenn der Nutzer die Innovation selbst erlebt hat. So werden die meisten Verbraucher das normale, „unscharfe“ Fernsehbild erst dann bemängeln, wenn sie selbst ein High-Definition-TV-Bild gesehen und somit eine Vergleichsmöglichkeit haben. Innovationen müssen also individuell erfahren werden, um ein „must have“ werden zu können. Außerdem dürfen Innovationszyklen nicht in zu kurzen Abständen aufeinander folgen, damit Technologien in den Augen der Konsumenten nicht zu schnell veralten.

Cocooning: Das Bedürfnis des Menschen, sich in seine eigenen vier Wände zurückzuziehen, bestärkt den Wunsch, das Zuhause gemütlich, wohnlich, sicher und kommunikativ zu gestalten. Dies fördert die Nachfrage nach allen Formen der Home-Security und des Home-Entertainments, nicht zuletzt damit man Erlebnisse wie Theater, Musik und Kino nicht mehr in der stressigen Öffentlichkeit, sondern zu Hause genießen kann.

Ipsos-Analyse



Autor **Kay Koschel** ist Division Manager Ipsos Qualitative in Hamburg. Co-Autorin **Heike Wissing** ist Division Manager New Technology bei dem Marktforschungsinstitut Ipsos in Mölln. Die Ipsos-Analyse erscheint zu unterschiedlichen Themen regelmäßig in BESTSELLER. Kooperationspartner ist die Zeitschrift **Planung & Analyse**.

Mobilität: Der moderne Lebensstil erfordert flexible, unabhängige Technologien, um kommunikative Bedürfnisse „on the road“ befriedigen zu können. Das Handy ist inzwischen so stark bei den Konsumenten etabliert, dass es zur Selbstverständlichkeit geworden ist, es beim Verlassen des Hauses mitzunehmen. Mobiltelefone sind heute multifunktionale Wegbegleiter mit integriertem MP-3-Player, Digitalcamcorder, Palm, Navigationssystem und Fernseher. In Zukunft wird dieser mobile Alleskönner sich zur „Fernbedienung“ des E-Home weiterentwickeln, mit dem der

Auf dem Vormarsch

Der Anteil vernetzter Haushalte in Westeuropa hat sich im letzten Jahr verdreifacht. Der eigentliche Durchbruch zum digitalen Heim steht jedoch noch bevor. Die Prognosen verschiedener Institute versprechen einen wirtschaftlich bedeutenden Entwicklungsschub. Nach einer Analyse des US-Unternehmens In-Stat wächst der weltweite Markt für digitale Netzwerke bis 2008 auf ein Volumen von **17,1 Milliarden Dollar**. Arthur D. Little erwartet für das kommende Jahr ein Marktvolumen für Heimvernetzung von weltweit zwischen 6 und 8 Milliarden Dollar.

heimische Server und dessen Anwendungen gesteuert werden können.

Entertainment: Viele Konsumenten möchten möglichst jederzeit Zugriff auf Musik, Spiele und TV haben. Auf den Punkt gebracht wird dieses Bedürfnis vom W-LAN-TV des Herstellers Sharp, das Fernsehen auf der Terrasse, auf dem Balkon und im Garten möglich macht und so größere Flexibilität und Unabhängigkeit vom stationären Gerät bietet. Die tragbare Spielekonsole PlayStation Portable (PSP) von Sony wurde insbesondere wegen ihrer Multimediafähigkeiten weltweit in kürzester Zeit 3 Millionen Mal verkauft und soll künftig auch Telefonfunktionen besitzen.

Freiraum: Die komplexe Welt nimmt den Menschen so stark in Anspruch, dass Freiraum immer seltener geworden ist. Der Mensch sehnt sich nach einem Gleichgewicht von Arbeit und Freizeit. Deshalb trifft die Zeitersparnis, die ein vernetztes E-Home bietet, den Nerv des Konsumenten. Die Waschmaschine, die sich selber programmiert, und der Kühlschrank, der automatisch via Internet neue Lebensmittel bestellt, bewirken eine Entlastung von lästigen Pflichten.

Die Analyse der Bedürfnisfelder zeigt, dass die Chancen für ein konstantes Wachstum von Unterhaltungs- und Haustechnologie sehr gut sind – sofern bei den neuen Produkte und deren Vermarktung die skizzierten Anforderungen berücksichtigt werden. Der Umstieg zu einer integrierten Unterhaltungs- und Haustechnik lässt sich nicht sprunghaft gestalten. Eine Änderung des Verbraucherverhaltens wird sich erst dann durchsetzen, wenn Nutzung und Installation auch von Technik-Laien problemlos bewältigt werden können.

Bis dahin sollten sich die Hersteller darauf konzentrieren, die Einzelbedürfnisse der Menschen zu erfüllen und die technischen Rahmenbedingungen ihrer Geräte so anzulegen, dass Erweiterungen und Verknüpfungen möglich sind und der Mensch Schritt für Schritt an neue Anwendungen herangeführt wird. ←