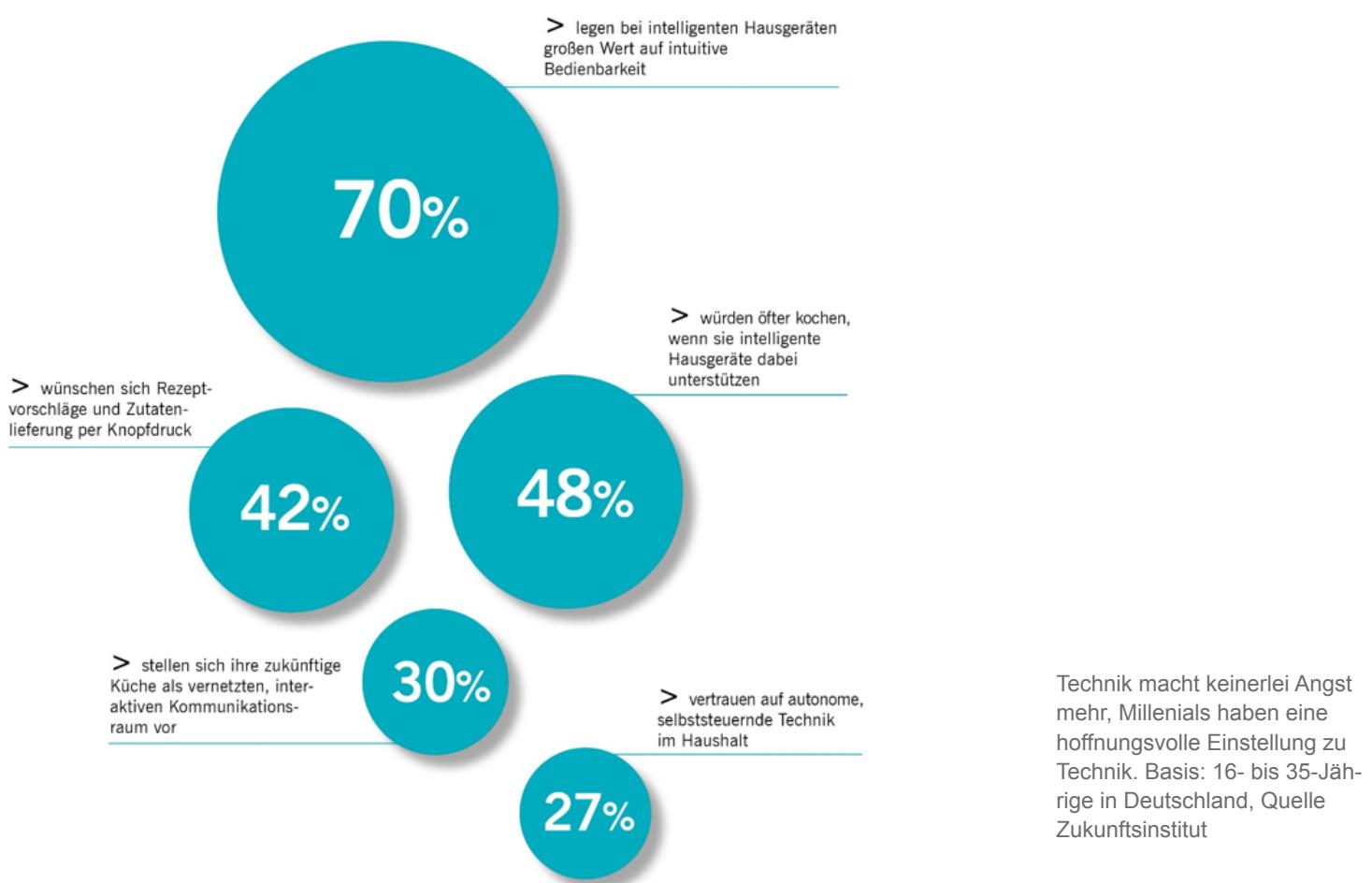


Breitband / IT

Trendreport „Connected Home“! Das ist allen Generationen wichtig: Lebensqualität, Arbeitserleichterung und Gesundheit....

Lange wurde behauptet, das vernetzte Zuhause sei nur etwas für die junge Generation. Jetzt belegt eine repräsentative Umfrage des Zukunftsinstituts das Gegenteil. Selbst bei den über 55-Jährigen glaubt ein Drittel der Befragten, dass ihnen ein vernetzter Haushalt das Alltagsleben erleichtert. Fast die Hälfte der 36- bis 54-jährigen Deutschen zieht intelligente Technologie sogar externen Dienstleistern vor. Selbst wenn Geld keine Rolle spielt, wären 45 Prozent mit intelligenten Hausgeräten langfristig zufriedener als mit einer persönlichen Haushaltshilfe.

Die Umfrage ist Teil einer Trendstudie zum Thema „Connected Home – Digitale Vernetzung und das Wohnen von morgen“, die von Siemens Hausgeräte herausgegeben wurde. Sie betrachtet Vernetzung als neues Grundprinzip des Lebens und stellt sie in Zusammenhang mit anderen Megatrends wie Neo-Ökologie, Mobilität, Urbanisierung und einer neuen Wissens- und Gesundheitskultur. Die Auswirkungen, die diese auf das Wohnen und den privaten Alltag hat, beleuchtet der Report aus der Generationenperspektive. Im Zentrum stehen drei Altersgruppen mit ihren Wünschen und Nutzungsinteressen: Die Millennials (16 – 35 Jahre), die Generation Rush Hour (36 – 54 Jahre) und die Generation 55plus.



> beurteilen gutes Design danach, ob Geräte einfach und unkompliziert bedienbar sind

> sagen, dass ihnen der Datenschutz bei Smart-Home-Anwendungen sehr wichtig ist

76%

63%

33%

29%

> glauben, dass ein vernetzter Haushalt das Alltagsleben erleichtert

> wünschen sich intelligente Hausgeräte, die ihnen bei einer gesunden Ernährung helfen

Sicherheit und Einfachheit sind Trumpf, Unkomplizierte Bedienung und Datenschutz erreichen Topwerte; Basis Bevölkerung in Deutschland ab 55 Jahren; Quelle Zukunftsinstutut

Millennials suchen Erlebnis und Kommunikation

Den heute 16- bis 35-Jährigen wurde Digitalität sozusagen in die Wiege gelegt. In vernetzten Welten suchen sie Erlebnis und Kommunikation. Ein Connected Home – egal ob im eigenen Haushalt oder bei Bekannten – ist Teil ihrer multidimensionalen Realität. Es muss mit den Social Networks interagieren. Denn hier treffen Millennials ihre Freunde und teilen ihre Erfolge per Post, Chat oder Video. Von hier beziehen sie einen Großteil ihres Wissens, sowie Ideen und Inspiration: „Kochen lernt der Nachwuchs heute immer weniger von den Eltern, sondern mit virtuellen Mitteln“, stellt der Trendreport fest. „Das Internet wird in Haushaltsangelegenheiten [...] zum Informationsmedium Nummer eins.“ Tatsächlich vertreten 48 Prozent der Millennials die Meinung, dass sie mehr kochen würden, wenn Hausgeräte sie bei der Zubereitung von Mahlzeiten unterstützen. Tief verankert ist ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein: Features, die sie vor dem Wegwerfen von Lebensmitteln bewahren, stehen hoch im Kurs. Grundsätzlich leben sie mit der Technik auf Augenhöhe. Sie akzeptieren, dass Software manchmal klüger ist als sie selbst, reagieren aber äußerst kritisch, wenn dies nicht der Fall ist. Intuitive Bedienbarkeit stellt für 70 Prozent ein Muss dar, ebenso wie Plug and Play, antizipatorische Technik und die Erwartung, dass einmal gekaufte Geräte mit Upgrades auf den neuesten Stand gebracht werden können.

Generation Rush Hour: Überleben im Alltagsstress

Die 36- bis 54-Jährigen sind terminlich rund um die Uhr eingebunden – sei es durch Beruf, Familie und Partnerschaft oder diverse Freizeitaktivitäten. Das Connected Home dient überwiegend ihrer Selbstoptimierung. Es hilft ihnen, die vielfältigen Anforderungen des Lebens im Griff zu behalten. Menschen in der Lebensmitte wünschen sich intelligente Dienstleistungen, die ihnen möglichst viel Arbeit abnehmen: nicht nur einzelne Aufgaben, sondern am liebsten ganze Abläufe und Supply-Chains. Idealerweise ist ihre Anwesenheit im Haushalt gar nicht mehr nötig. „Fast jeder zweite Befragte zwischen 36 und 54 Jahren sagt von sich, dass er mit ausgereifter (teil-)autonomer Hausgeräte-technik (z.B. zur Oberflächenreinigung, zum Staubsaugen oder Wäschautomaten mit Bügelfunktion) langfristig zufriedener wäre als mit einer Haushaltshilfe (45 Prozent).“ Am Wochenende sucht die Generation Rush Hour Entschleunigung. Dabei können insbesondere Küchengeräte auch Teil einer „Slow Culture“ sein, bei der in Ruhe genossen wird. Ein wichtiges Anliegen sind Fitness und Gesundheit. Mehr als 40 Prozent nutzen Apps für Mobilgeräte zur Analyse und Verbesserung ihrer Essgewohnheiten. Zu einem automatisierten Alltagsmanagement zählt für sie ein Schnittstellendesign, das sowohl Daten aus der persönlichen Cloud einbezieht als auch Kontakt zu externen Dienstleistern erlaubt. Datenschutz und Wahlfreiheit haben dabei hohen Stellenwert. Die Generation Rush Hour will bei allem Vertrauen in vernetzte Technik ihre Autonomie wahren und stets Übersicht und Kontrolle über alle Funktionen behalten.

Siemens ist die Nummer Eins der deutschen Hausgeräte-Marken und setzt weltweit Maßstäbe in punkto Technologie, Innovation und Design. Das Sortiment umfasst sowohl Solo- als auch Einbaugeräte der Produktkategorien Kochen, Wäschepflege, Kühlen und Gefrieren sowie Geschirrspülen. Consumer Products mit den Schwerpunkten Kaffeezubereitung und Bodenpflege komplettieren das Angebot. Seit mehr als 165 Jahren steht der Name Siemens für Leistungsfähigkeit, Innovation, Qualität, Zuverlässigkeit und Internationalität. Siemens ist außerdem weltweit führend in der Entwicklung und Herstellung ressourceneffizienter Hausgeräte. Seit 1967 zählt die Marke zur BSH Hausgeräte GmbH mit Hauptsitz in München.

Vernetzung ist das neue Anti-Aging in der Generation 55plus

„Alt ist nur, wer zu Hause nicht mehr allein leben kann“, ergab eine Studie des UBS Wealth Managements unter Amerikanern. Vor diesem Hintergrund wird Vernetzung zum neuen Anti-Aging-Rezept. Denn ein intelligentes, vernetztes Zuhause ist in der Lage, fremde Hilfe zumindest teilweise zu ersetzen. Es kann durch Erinnerungsfunktionen und mit Sicherheitsabschaltungen schützend durch den Alltag begleiten, Schnittstellen zu medizinischen Checkpoints und Hilfsdiensten aus dem ärztlichen und sozialen Umfeld schaffen. Damit stellt es so viel Wachsamkeit wie nötig und so wenig Entmündigung wie möglich zur Verfügung. Auch für die Vertreter der Generation 55plus ist das Connected Home ein wichtiges Kommunikationszentrum und steht für Lebensqualität bis ins hohe Alter. Sie bleiben in Kontakt mit der Wissensgesellschaft, mit der Familie und Freunden. Mehr als die Hälfte der 55- bis 65-Jährigen ist inzwischen regelmäßig online. Von ihrer Aktivität zeugen auch neue Netzwerke, Blogs und Sharing-Plattformen speziell für diese Altersgruppe. Entsprechend selbstbewusst formulieren die „jungen Alten“ ihre Anforderungen: Wichtig ist ihnen ein einfaches unkompliziertes Design (71 Prozent). Die Bedienung sollte möglichst personalisiert sein und flexiblen, individuellen Nutzerprofilen folgen. Idealerweise passt sich sogar die Hardware dem Anwender an. Der Schutz ihrer persönlichen Daten und ihrer Privatsphäre ist 78 Prozent der Befragten aus der Generation 55plus „sehr wichtig“.

www.siemens-home.de



Alle Altersgruppen wünschen Speed und Simplexity

Fest steht, dass vernetzte Hausgeräte in Zukunft eine zentrale Rolle in Wohnwelten übernehmen und eng mit der Arbeits- und Freizeitwelt interagieren. Schnittstellen von Geräten und Systemen sowie übergeordnete Standards werden wichtiger denn je. Schließlich ermöglichen sie die Verknüpfung einzelner Arbeiten zu großen Rundum-Services. Wichtigstes Ziel über alle Generationen hinweg bleibt Zeiter sparnis beziehungsweise „Speed“. 72 Prozent der Gesamtbevölkerung wünschen sich dies von modernen Hausgeräten. Um das zu erreichen, muss deren Technik sich exakt an den Bedürfnissen orientieren und auf einfaches, unkompliziertes Design setzen. 69 Prozent der Befragten fordern „Simplexity“: finden also, dass die Komplexität der Funktionen hinter einer optionsreduzierten Benutzeroberfläche zurücktreten muss.

Alltagsrelevante Lösungen für die Zukunft entwickeln

Der Trendreport „Connected Home“ wurde 2015 von Siemens Hausgeräte in Auftrag gegeben. „Unser Ziel war es, ein besseres Verständnis der Bedürfnisse zu gewinnen, die einzelne Lebensphasen mit sich bringen. Wie schon bei unserem letzten Trendreport zum Thema ‚Future Living‘ vor zwei Jahren werden wir daraus wertvolle Einsichten und Handlungsempfehlungen für künftige Entwicklungen ableiten, um auch weiterhin dafür zu sorgen, dass unsere Geräte das Leben leichter machen“, erklärt Siemens Geschäftsführer Roland Hagenbucher. Die Grundlage für die Studie bildet eine umfassende Trendanalyse, für die Studien und Trend-Reports des Zukunftsinstituts sowie weitere Untersuchungen, Quellen und Daten zum Thema ausgewertet wurden. Parallel wurden im Juni 2015 in einer bundesweiten repräsentativen Umfrage 1049 Personen im Alter ab 16 Jahren befragt.

Alex Kostner

**LED's®
CHANGE
THE WORLD**

HIER CLICKEN
Erhalten Sie jetzt Ihre
KOSTENLOSE TEST-LED

FACILITY MANAGEMENT-VERSION:
Über 500.000 Schaltzyklen Haltbarkeit
25.000 h Lebensdauer
5 Jahre Garantie
TÜV/GS-geprüft

WIR BERATEN SIE GERN:
Kostengünstiger Einkauf
Intelligente Finanzierung
Schnelle Verfügbarkeit
Individuelle Lichtkonzepte

LED'S CHANGE THE WORLD GmbH
Weilerweg 30 . D 53639 Königswinter
24/7-Hotline: + 49 (0) 69 66 42 66 48570
Fax: + 49 (0) 32 21 108 990 415
Webshop: www.leds-change-the-world.com

**LED'S CHANGE
THE WORLD**