

Pressemitteilung

11. Mai 2016

Kevin Walsh
T +44 20 7890 9380
kevin.walsh@gfk.com

Ursula Fleischmann
Corporate Communications
T +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Deutsche unter den Top 5 am stärksten vernetzten Verbrauchern weltweit, Österreich auf Rang 14

Hongkong und Nordamerika haben die weltweit am stärksten vernetzten Konsumenten

Nürnberg, 11. Mai 2016 – Der GfK Connected Consumer Index zeigt, wie stark und mit welchen Geräten sich die Verbraucher in 78 Ländern und 8 weltweiten Regionen untereinander, aber auch mit digitalen Inhalten vernetzen. Österreich liegt in diesem weltweiten Ranking auf Platz 14.

Der Connected Consumer Index zeigt, in welchen Ländern die am stärksten vernetzten Verbraucher leben, sowohl insgesamt als auch in Bezug auf jeden von elf Gerätetypen (Smartphone, Tablet, Notebook, Computer, Wearables, Smart-TV, digitaler TV, Konsole für Videospiele, e-Reader, Connected Car und Smart Home). Außerdem zeigt er den Trend der letzten fünf Jahre auf.

Unternehmen können daraus ersehen, wie vernetzt die Verbraucher in einzelnen Ländern oder Regionen sind, und so Absatzmöglichkeiten über viele Branchen hinweg identifizieren. Das betrifft so unterschiedliche Bereiche wie den Verkauf von digitalen Geräten, den Konsum von digitalen Inhalten oder die Ausbreitung traditioneller Technologie. Wichtig ist er aber beispielsweise auch für die Gesundheitsbranche oder die Medien.

Die Top 15 der am stärksten „vernetzten“ Gesellschaften

In den beiden letzten Jahren lebten laut GfK Connected Consumer Index die am stärksten vernetzten Verbraucher in Hongkong und Nordamerika (USA, Kanada und Mexiko).

Allerdings haben die Verbraucher in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) stark aufgeholt. Während sie in 2015 noch auf dem achten Platz lagen, stoßen sie in diesem Jahr nach Prognose auf Platz drei vor. In ähnlicher Weise hat die Schweiz Dänemark und Schweden überholt und springt vom zehnten vermutlich auf den achten Rang.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

GfK Connected Consumer Index				
2015 Rang	2016 Rang		Indexwert 2015	Indexwert 2016
1	1	Hongkong	1.430	1.486
2	2	Nordamerika	952	1.062
8	3	VAE	829	995
3	4	Norwegen	939	988
4	5	Deutschland	873	940
6	6	Saudi-Arabien	836	935
5	7	Großbritannien	856	916
10	8	Schweiz	801	914
7	9	Dänemark	835	906
9	10	Schweden	807	875
12	11	Finland	760	848
14	12	Luxembourg	724	822
11	13	Singapur	766	801
15	14	Österreich	716	787
13	15	Niederlande	732	787

Chile und Jordanien auf der Überholspur

Andere Länder, die seit dem vergangenen Jahr einen deutlichen Sprung nach vorne gemacht haben, sind Chile und Jordanien. So ist Chile um sieben Plätze auf Rang 20 gestiegen und liegt jetzt unmittelbar hinter Italien, Irland und Australien. Jordanien ist vom 31. Platz im Jahr 2015 auf den 23. Rang in diesem Jahr geklettert – und ließ dabei Länder wie Zypern, Oman, Neuseeland und Belgien hinter sich.

DIE 10 AM STÄRKSTEN VERNETZTEN GESELLSCHAFTEN WELTWEIT



GfK Connected Consumer Indexwert 2016 (Prognose)



Quelle: GfK Connected Consumer Index – Der Index misst, wie stark sich Verbraucher in jedem Land mit anderen Menschen, digitalen Inhalten oder mit Technologie vernetzen, über 11 verschiedene Gerätetypen hinweg (Smartphone, Tablet, Notebook, Computer, Wearables, Smart-TV, digitaler TV, Konsole für Videospiele, E-Reader, Connected Car und Smart Home) © GfK 2016

Wichtige Einflussfaktoren

Kevin Walsh, Director Trends and Forecasting bei GfK, kommentiert: „Wir sehen, dass in allen Ländern die Vernetzung der Verbraucher zunimmt. Für große Wachstumsmärkte, insbesondere im Nahen Osten, Afrika und den Schwellenländern im asiatisch-pazifischen Raum, bleibt der dominierende Trend die Verbreitung von Smartphones. Dieses Gerät wird am häufigsten – und oft auch als erstes – von Verbrauchern genutzt, um digital auf Datenquellen zuzugreifen. Dieser Trend wird wahrscheinlich auch in den nächsten zwei Jahren anhalten. Die sinkenden Preise führen dazu, dass sich mehr als eine Milliarde Verbraucher zum ersten Mal ein solches Gerät werden leisten können.“

In den entwickelten Märkten, vor allem in Westeuropa und Nordamerika, sind die Einflussfaktoren bereits auf der nächsten Stufe der Vernetzung angekommen. Wearables liegen hier weit vorne, zusammen mit dem Connected Car. Beide bringen den Verbrauchern neuen Nutzen. Smart-Home-Technologie ist ähnlich wichtig, wird aber von den Verbrauchern langsamer, dafür aber wohl kontinuierlicher angenommen.“

Auch die Einflussfaktoren in einzelnen Ländern sind wichtig. Obwohl Chile eine schwächere Wirtschaft hat, besitzt es ein relativ günstiges Behördenumfeld für Investitionen sowie eine hohe Breitband-Abdeckung verglichen mit anderen lateinamerikanischen Ländern. Die Verkaufszahlen von Smart TV stiegen im vergangenen Jahr beispielsweise erneut um mehr als 20 Prozent. Und GfK prognostiziert für dieses Jahr ein weiteres Wachstum um noch einmal 12 Prozent.

Walsh ergänzt: „Bei vollentwickelten Technologiemarkten werden wir zunehmend feststellen, dass lokale Einflussfaktoren in den Ländern einen größeren Einfluss haben als globale oder regionale Trends.“

Weitere Informationen:

Kevin Walsh, T +44 20 7890 9380, kevin.walsh@gfk.com

Um die GfK Connected Consumer Indexwerte und den Fünf-Jahres-Trend für jede Region und jedes Land zu sehen, besuchen Sie unsere Webseite: <http://connected-consumer.gfk.com/connected-consumer-index/>

Über die Studie

Der GfK Connected Consumer Index zeigt, wie stark und mit welchen Geräten sich die Verbraucher in 78 Ländern und 8 weltweiten Regionen untereinander, aber auch mit digitalen Inhalten vernetzen. Er ermöglicht einen schnellen Vergleich, wie „vernetzt“ die verschiedenen Regionen und Länder pro Person sind, zeigt die Trends der letzten fünf Jahre auf und stellt eine Prognose für das aktuelle Jahr. In den Index fließen elf verschiedene Gerätetypen ein (Smartphone, Tablet, Notebook, Computer, Wearables, Smart-TV, digitaler TV, Konsole für Videospiele, e-Reader, Connected Car und Smart Home). Die Daten der einzelnen Geräte werden je nach Nut-

zungsintensität gewichtet. Die Indexbasis sind 100 Punkte (der weltweite Durchschnitt des Jahres 2010).

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Jan Saeger
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com