

## 60% kennen bereits Wearables

Apple Watch Mindshare hat sich den Wearables-Markt in Österreich angesehen



**Wien.** Die nahtlose Verschmelzung der physischen und digitalen Welt, auch „Internet of Things“ genannt, schreitet munter voran. Der Einstieg in diese Welt findet für die meisten Konsumenten über „Wearables“ statt.

Sind diese die nächste große technologische Revolution? Mind-share fragte in den neuen Momentaufnahmen „MindMinutes“ 250 Österreicher (15 bis 59 Jahre) online, wie groß ihr Interesse für Wearable-Technologien und wie ihr Wissensstand darüber ist. Gesundheitsbewusste 70% geben an, dass Wearables für sie als Fitnessstracker am interessantesten sind. Das gilt für Frauen und Männer über alle Altersgruppen hinweg. Danach kommt Geo-Tracking, das beispielsweise zum Lokalisieren von Dingen, wie etwa dem verlegten Schlüssel, dient. Ebenso Smart Watches, die durch ihren einfachen und kompakten Zugang das Smartphone in seiner primären Nutzung praktisch verlängern. An letzter

Stelle stehen Smart Glasses, also Brillen mit integrierter Technologie, wie zum Beispiel einer Smartphone-Verbindung. 60% der 15- bis 59-Jährigen wissen, was Wearables sind, wenn sie den Begriff erklärt bekommen. Die Mehrheit kann sich gut vorstellen, dass das tragbare Internet für sie nützlich sein könnte. Für Marken wird es in der Werbung zu einem fließenden Übergang zwischen realer und virtueller Welt kommen. „Wir sehen Wearables als weiteren Touch Point in der Customer Journey“, sagt Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare. „Sie eröffnen uns völlig neue Möglichkeiten im Hinblick auf die Auslieferung und Messung von Werbekontakten.“ Welche Formen des „Tragbaren Internets“ sich letztlich durchsetzen werden, hängt entscheidend vom Design, der Funktionalität und dem persönlichen Nutzen ab; die Perspektiven für 2015 sind allerdings vielversprechend. [www.mindshare.at](http://www.mindshare.at)