zukunftsInstitut

CONNECTED HOME

Digitale Vernetzung und das Wohnen von morgen

Eine Trendstudie des Zukunftsinstituts
powered by Siemens Hausgeräte

zukunftsInstitut

CONNECTED HOME

Digitale Vernetzung und das Wohnen von morgen

Eine Trendstudie des Zukunftsinstituts
powered by Siemens Hausgeräte

Impressum

Herausgeber
SEG Hausgeräte GmbH
Carl-Wery-Str. 34
81739 München
Telefon: +49 89 4590-09
Fax: +49 89 4590-2347
www.siemens-home.de

Redaktion
Zukunftsinstitut GmbH
Kaiserstr. 53
60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 264848-90
Fax: +49 69 264848-920
info@zukunftsinstitut.de
www.zukunftsinstitut.de

Autoren
Verena Muntschick, Christian Rauch

Projektleitung
Thomas Huber

Grafik-Design
Bianca Traub

Cover-Foto
Kaboompics, CC0

© SEG Hausgeräte GmbH, 2015
Alle Rechte vorbehalten.

01 Vorwort S. 04

02 Einleitung: Das Connectivity-Zeitalter S. 06

03 Die Generationenperspektive

3.1 Millennials: Leben im Netz S. 10

3.2 Generation Rush Hour: Perfekte Alltagsartistik S. 22

3.3 Generation 55plus: Lebensqualität plus S. 34

04 Fazit: Fokus auf Bedürfnisse der Menschen S. 46

Methodisches Vorgehen S. 48

01
VORWORT

„Vernetzte Hausgeräte – das ist doch nur etwas für die jungen Leute!“ – Immer wieder habe ich diesen Satz in den letzten Jahren gehört. Jetzt, wo das Internet allgegenwärtig geworden ist, und smarte Mobilgeräte ein Massenphänomen, werden die Stimmen allmählich leiser. Und ich bin froh, dass wir uns bei Siemens nicht haben aufhalten lassen, die entscheidenden Schritte zu tun.

Wir sind heute weit vorn in der Entwicklung vernetzungsfähiger Hausgeräte. Doch Vernetzung ist nichts Statisches. Es ist ein Feld, das sich täglich – ja sogar stündlich – weiterentwickelt. Wir haben die Tür zu einer neuen Welt geöffnet. Was diese neue Welt an Möglichkeiten bieten wird, müssen wir größtenteils noch entdecken.

Daher haben wir das Zukunftsinstitut gebeten, uns sozusagen ihr „Fernglas“ zu leihen: Was bedeutet „Leben in einer vernetzten Welt“ genau? Wie gehen die Digital Natives damit um – und wie die anderen Menschen, die nicht mit Computer und Internet aufgewachsen sind? Was sind ihre Erwartungen und Ängste? Worin besteht der Vorteil der Vernetzung für welche Lebenssituation? Und wo liegen Potenziale, an die wir heute noch nicht denken?

Der vorliegende Trendreport bietet Einblicke in das „Connected Home“ von heute und morgen. Im Zentrum stehen drei Altersgruppen mit ihren Wünschen und Nutzungsinteressen:

- Die **Millennials** – die 16- bis 35-Jährigen, denen „digital“ sein in die Wiege gelegt ist.
- Die **Generation Rush Hour** – die 36- bis 54-Jährigen, die im Beruf, in Partnerschaft und Familie nahezu permanent ausgelastet sind.
- Die **Generation 55plus** – die über 55-Jährigen, die Karriere und Familie gelassener betrachten können und den engen Terminkalender hinter sich lassen.

Die Generationenperspektive auf das „Connected Home“ schenkt uns eine detailliertere Vorstellung von den Erfordernissen, die einzelne Lebensphasen mit sich bringen. Wir blicken auf ein breites Spektrum an Alltagsszenarien, in denen intelligente Technologien das Leben erleichtern und verbessern können. Und gewinnen ein konkretes Bild von den Punkten, an denen wir als Hersteller und Entwickler gefordert sind. Ohne zu viel vorwegzunehmen darf ich sagen: Es sind nicht nur die jungen Leute, an deren Ansprüchen wir wachsen können. Ganz im Gegenteil! Aber lesen Sie selbst. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.

Roland Hagenbucher
Geschäftsführer
SEG Hausgeräte GmbH

02
EINLEITUNG

Speed, Simplexity und Connectivity: Das waren die großen Trendfelder, die das Zukunftsinstitut gemeinsam mit Siemens im Trendreport 2013 erarbeitet hatte. Seitdem ist viel passiert: Inzwischen sind immer mehr innovative Geräte am Markt, die den gesamten Haushalt und die Küche connectivity-fähig machen. Die diesjährige Studie begleitet diesen nächsten Schritt in die Zukunft: Sie erforscht die modernen Bedürfnisse und Nutzungskontexte der Anwender und zeigt, wie die digitale Vernetzung tatsächlich ins Zentrum des Haushalts und in den Mittelpunkt der Lebenswelten rückt. Das Zeitalter des Connected Home ist eingeläutet.

Portrait eines Megatrends
Lebensfaktor Konnektivität

Das Internet verändert unser gesamtes Leben. Die Möglichkeiten des Netzwerks sind schier unendlich: Menschen und Maschinen sind heutzutage weltweit fast beliebig miteinander verbunden. Dieser Megatrend ist in sämtlichen Lebensbereichen spürbar: Menschen arbeiten in Echtzeit gemeinsam an Projekten oder pflegen intensive Freundschaften, obwohl sie sich an völlig unterschiedlichen Orten in der Welt aufhalten. Fast so, als führe man sein Leben gar nicht mehr nur an dem einen Ort, an dem man sich körperlich befindet, sondern an vielen Orten gleichzeitig.

Sich zu vernetzen ist zu einer neuen Lebensweise geworden – mit völlig neuen Gemeinschaftsformen. Digitale Gemeinschaften sind eines der spannendsten Phänomene der Gegenwart: Menschen bilden über das Internet temporäre Communities, etwa um gemeinsame Nischen-Interessen zu verfolgen. Sie organisieren und engagieren sich in Netzwerken, zum Beispiel um über Crowdsourcing auf unkonventionellem Weg – parallel zur „alten" Wirtschaft – neue Ideen auf den Markt zu bringen. Die Sharing Economy, also die neue Welt des Tauschens und Mit-Nutzens, wäre ohne das Netz mit seinen großen Partizipationsmöglichkeiten gar nicht denkbar.

51%

Daten wissen, was wir wollen
Vernetzung und Big Data

Auf diese Weise organisieren sich ganze Prozesse neu: Vernetzung wird zum neuen Grundprinzip. Die Menge an erfassbaren Daten über Menschen, Handlungen und Dingen in der Welt hat sich durch die Digitalisierung bereits vertausendfacht. Nun fangen Unternehmen an, die Daten daraus miteinander zu verknüpfen und ihnen dadurch einen völlig neuen Wert zu geben: Kann man jemanden, der gerade online ein veganes Kochbuch gekauft hat, auch für den Besuch eines neu eröffneten veganen Restaurants begeistern? Kommen mehr Menschen in mein Restaurant, wenn ich standortbasierte Werbung auf Facebook schalten kann? Das Vernetzen von Big Data birgt ein riesiges Potenzial nicht nur für unternehmerische, sondern auch für private Zwecke.

Wozu reden, wenn man chatten kann?
Kommunikationswandel

Vernetzte digitale Technik ist längst mobil und ein alltäglicher Begleiter des Menschen. **Nach Angaben von Eurostat nutzt inzwischen gut die Hälfte der Europäer (51 Prozent) ein mobiles Endgerät als Zugang zum Internet (Eurostat 2015)**: Smartphones, Tablets, Wearables – sie alle sind normale Alltagsgegenstände für uns, und ihr Funktionsumfang wächst rasant. Dabei hat sich das Verhalten der Menschen bereits unbemerkt angepasst. Immer weniger Menschen kommt es komisch vor, über eine App mit ihren Nachbarn in Kontakt zu treten, um sich eine Bohrmaschine auszuleihen, anstatt direkt bei ihnen an der Tür zu klingeln.

Das Netz ist im 21. Jahrhundert allgegenwärtig als „Internet der Dinge": Nahezu jedes Objekt kann heute mit dem Internet verbunden werden und damit in Echtzeit Informationen liefern und mit anderen Objekten austauschen. **Schätzungen der IT-Firma Cisco und des Marktforschungsunternehmens IDC bewegen sich zwischen 50 und 212 Milliarden vernetzten Geräten auf der gesamten Welt für das Jahr 2020 (Cisco 2011, IDC 2013)**.

Die Küche kennt mich
Das Connected Home wird Realität

Klar ist: Der Megatrend Konnektivität steht für eine gewaltige Veränderung. Er wird angetrieben durch die Weiterentwicklung von Technologie wie auch durch Wandel im Verhalten der Menschen. Er wird die Lebensweise der Menschen weltweit nachhaltig verändern. Und damit auch ihre Küche und den Haushalt. Bislang ging es dort primär darum, über neue Technologie Ressourcen und Geld zu sparen: Smart Metering und Smart Grids dienen dazu, so wenig Wasser und Strom wie möglich zu verbrauchen und diese so billig wie möglich zu bekommen. Dieses Verständnis von Sinn und Zweck eines Smart Home spiegelt sich auch noch in den Köpfen der Kunden wider: **Digitale Messgeräte für die Kontrolle des Energieverbrauchs im Haushalt haben ein hohes Marktpotenzial von 69 Prozent, denn sie sind den Menschen schon vertraut**.

Werde nützlich!
Die Zahl der vernetzten Haushalte steigt

Bisher nutzt einer aktuellen Bitkom-Umfrage zufolge jeder siebte Deutsche ab 14 Jahren sogenannte Smart-Home-Anwendungen (14 Prozent). Die Prognosen für die Zukunft sind vielversprechend: Nach Schätzungen von Deloitte und Bitkom wird die Anzahl der Smart-Home-Haushalte in Deutschland bereits 2018 die Millionengrenze überschreiten. Dass sich Smart-Home-Konzepte bislang nicht flächendeckend durchgesetzt haben, liegt daran, dass der Fokus der Entwickler bisher noch zu sehr auf dem liegt, was technologisch möglich ist, statt auf dem, was Menschen tatsächlich wünschen und was ihnen unmittelbar nützen kann. Dabei ist das Potenzial vorhanden: Bereits der letzte Trendreport des Zukunftsinstituts im Auftrag von Siemens-Electrogeräte im Jahr 2013 ergab, dass sich 40 Prozent der Befragten intelligente Geräte wünschen, die mitdenken und ihnen Entscheidungen abnehmen.

Suchtfaktor Lebensqualität
Was zählt, ist Mehrwert im Alltag

Dieser Schritt steht nun bevor: Welchen Mehrwert kann ein Connected Home den Menschen bieten? Wie kann eine Hausvernetzung die Lebensqualität der Menschen steigern? Bei diesen Fragen geht es nicht mehr nur um Umweltbewusstsein und finanzielle Einsparungen, sondern um alltagspraktische Relevanz für das tägliche Leben. Es wird darum gehen, Möglichkeiten und Freiheiten zu bieten, die die Zeitersparnis, Flexibilität und den Komfort der Menschen in ihren eigenen vier Wänden und darüber hinaus erhöhen. Den Blick von der Technik hin auf den Menschen zu richten bedeutet, ihn nach seinen Bedürfnissen und Ansprüchen im Zeitalter der umfassenden Vernetzung zu fragen. Schließlich gibt es heute schon jede Menge intelligente Hausgeräte, die viel mehr können, als man gemeinhin glaubt.

69%

Eine zentrale Frage dieser Studie lautet: Welche Aufgaben im Haushalt würden Menschen gern an innovative Technologien und Geräte abgeben, welche hingegen machen sie lieber weiterhin selbst?

14%

Manches geht gar nicht
Störfaktor Putzen und Wischen

Unsere Umfrage ergab: Am unbeliebtesten bei den Menschen sind sämtliche Reinigungstätigkeiten in der Küche und im Haushalt. Hier suchen sie am dringendsten nach Alternativen. Das sind die Anknüpfungspunkte für neue Systemlösungen, in denen vernetzte Hausgeräte eine immer größere Bedeutung bekommen.

Der Haushalt putzt sich selbst
Vernetzung ermöglicht autonome Selbststeuerung

Um Aufgaben und Abläufe in Küche und Haushalt an vernetzte Technik abgeben zu können, braucht es eine konsequente Datenverknüpfung sämtlicher Devices in Küche und Haushalt: Ein intelligentes Whole Home Management wird den Menschen in Zukunft eine ganz neue Art von komfortabler Lebensumgebung bieten können. Insellösungen werden Gesamtkonzepten weichen, und das wird die Lebensweise der Menschen massiv verändern. Mit konsequenter Vernetzung von Küche und Haushalt wird ein höherer Grad an Automatisierung möglich: Der Haushalt wird mitsamt der Küche zukünftig eine autonome Steuereinheit, die selbstständig ganze Abläufe übernehmen kann.

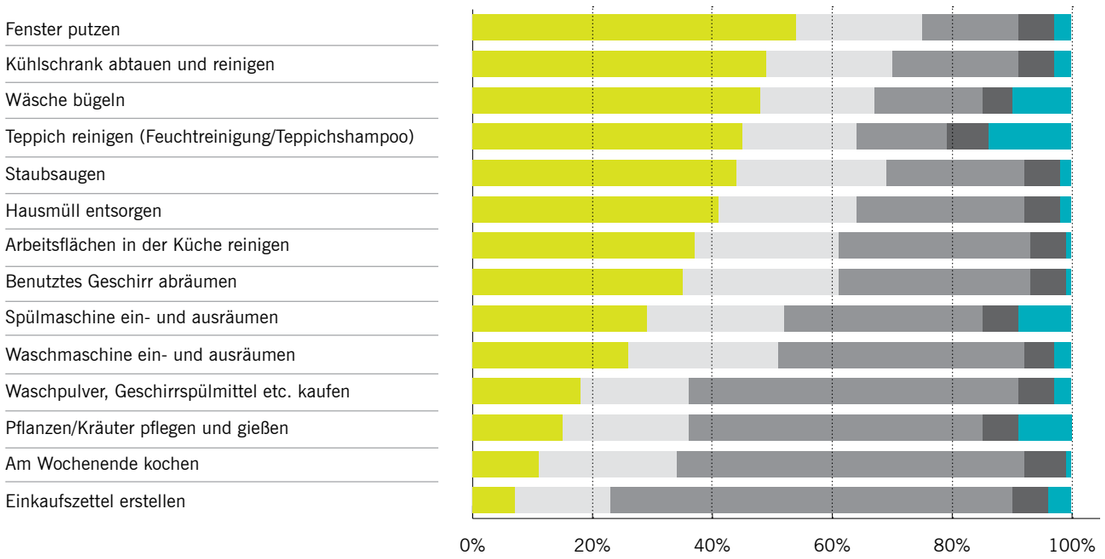
Unter dem Einfluss der Megatrends bilden sich veränderte Lebensstile und Wohnmuster, es entstehen immer wieder völlig neue Beziehungen der Menschen zu ihrem Zuhause. Diese äußern sich als Fragen wie:

– Welche Bedeutung hat das eigene Zuhause, der Haushalt und die Küche in Zukunft für die Menschen?

– Welche konkreten Bedürfnisse entstehen und welche Nutzungskontexte vernetzter Hausgeräte sind denkbar?

Wunschliste des Alltagsoutsourcings

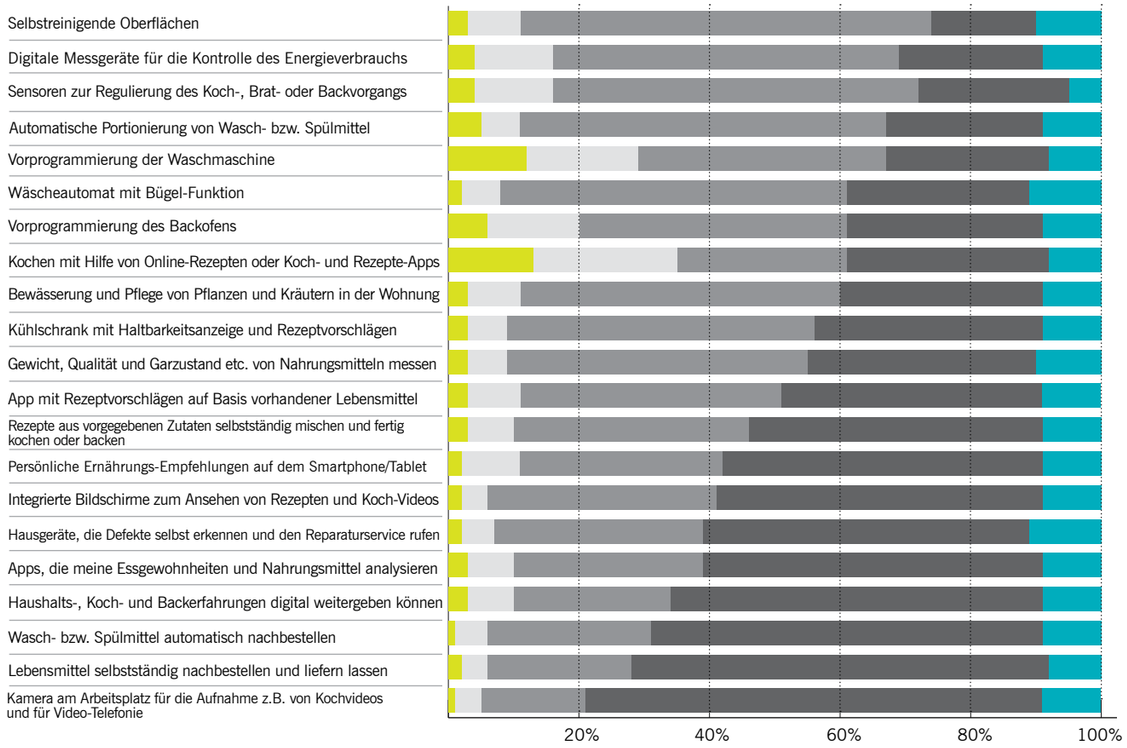
Aufgaben im Haushalt, die Menschen gern an innovative Geräte abgeben würden oder weiterhin gern selbst erledigen (Angaben in Prozent)



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (n=1049)
Quelle: Zukunftsinstitut

Marktpotenzial innovativer Anwendungen

Technische Funktionen und Anwendungen im Haushalt, die bereits genutzt werden oder die man nutzen würde, wenn man die Möglichkeit dazu hätte (Angaben in Prozent)



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (n=1049)
Quelle: Zukunftsinstitut

Jung – jung im Kopf – ewig jung
Vernetzungsszenarien der Generationen

Um die Facetten und die Vielfalt möglicher Nutzungen digital vernetzter Hausgerätetechnik greifbar zu machen, wollen wir in dieser Studie deren Bedeutung im Haushalt und der Küche für Menschen unterschiedlicher Generationen untersuchen. Dafür untersuchen wir die Bedürfnisfelder der Altersgruppen der

- 16- bis 35-Jährigen (**Millennials**)
- der 36- bis 54-Jährigen (**Generation Rush Hour**) und
- der über 55-Jährigen (**Generation 55plus**)

Sichtbar wird so ein breites Spektrum an Kriterien, die Menschen in Zukunft in einem vernetzten Haushalt und einer vernetzten Küche wichtig sind: Erlebnis und Kommunikation, Service und Gesundheit, Komfort und Lebensqualität – diese drei fokussierten Bedürfnisbereiche und die entsprechenden Nutzungsszenarien von vernetzter Haustechnik sind schwerpunktmäßig den drei Generationen zuzuordnen, wie die Untersuchung zeigt. Die unterschiedlichen Nutzungsinteressen der Altersgruppen, die sich dabei herauskristallisieren, skizzieren verschiedene Lebenssituationen und -stile, die sich typischerweise besonders in der jeweiligen Generation ausprägen.

3.1
MILLENNIALS

Foto: Unsplash, CC0

MILLENNIALS AUF EINEN BLICK

Technik macht keinerlei Angst mehr

Millennials haben eine hoffnungsvolle Einstellung zu Technik.

70%

> legen bei intelligenten Hausgeräten großen Wert auf intuitive Bedienbarkeit

48%

> würden öfter kochen, wenn sie intelligente Hausgeräte dabei unterstützen

42%

> wünschen sich Rezeptvorschläge und Zutatenlieferung per Knopfdruck

30%

> stellen sich ihre zukünftige Küche als vernetzten, interaktiven Kommunikationsraum vor

27%

> vertrauen auf autonome, selbststeuernde Technik im Haushalt

Basis: 16- bis 35-Jährige in Deutschland
Quelle: Zukunftsinstitut

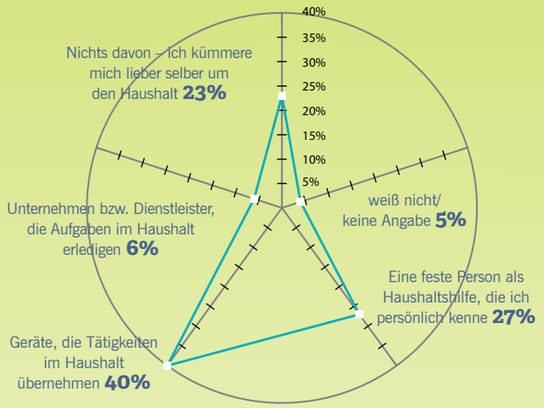
Geräte als Helfer? Gern!

Welche Art der Hilfe die Generationen bevorzugen

Millennials 16-35 Jahre	**Rush Hour** 36-54 Jahre	**55plus** 55 Jahre oder älter
Geräte **40%**	Person **34%**	selbst **36%**
Person **27%**	Geräte **28%**	Person **33%**
selbst **23%**	selbst **26%**	Geräte **19%**

Mensch, Maschine, Dienstleister: Wer im Haushalt die Arbeit machen soll

Welche Art der Unterstützung im Haushalt 16- bis 35-Jährige sich wünschen, wenn Geld keine Rolle spielen würde

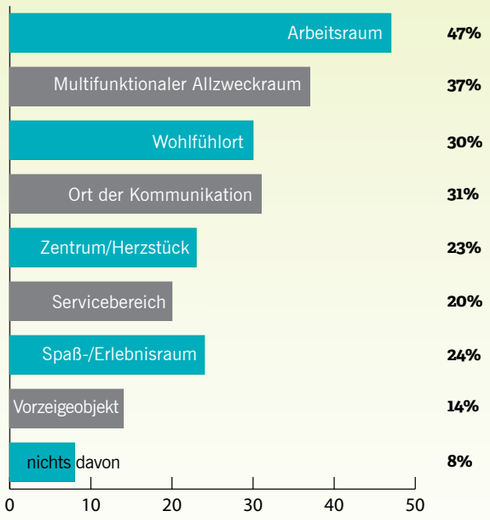


49% Jeder zweite Millennial kocht gerne in Gesellschaft anderer.

42% der Millennials würden künftig gern Hausgeräte nutzen, die mithilfe von Sensoren Gewicht, Qualität etc. von Nahrungsmitteln messen können.

Zwischen Arbeitsraum und Wohlfühlort

Was die (Wohn-)Küche für 16- bis 35-Jährige bedeutet



Junge Nutzer suchen Kommunikation

Unterschied der Ansprüche zwischen den Generationen

Millennials 16-35 Jahre	Rush Hour 36-54 Jahre	55plus 55 Jahre oder älter
Arbeitsraum	Arbeitsraum	Arbeitsraum
Allzweckraum	Allzweckraum	Allzweckraum
Kommunikation	Kommunikation	Wohlfühlort
Wohlfühlort	Wohlfühlort	Zentrum/Herzstück
Spaß & Erlebnis	Zentrum/Herzstück	Kommunikaton
Zentrum/Herzstück	Spaß & Erlebnis	Service
Service	Service	Spaß & Erlebnis
Vorzeigeobjekt	Vorzeigeobjekt	Vorzeigeobjekt
nichts davon	nichts davon	nichts davon

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (n=1049)
Quelle: Zukunftsinstitut

Millennials leben mobil, spontan und situativ. Sie stehen für das Leben in der Gleichzeitigkeit. Flexibilität prägt ihr Handeln und die Anforderungen an ihre Lebenswelt.

Zugang überall

„Access“ statt „Hardware“

Entscheidend ist der „Access“ – Zugang zu Funktionen, Anwendungen, Leistungen, die sie jeweils im Moment benötigen, auf welche Art auch immer. Weniger relevant ist es, die dafür nötige „Hardware“ unbedingt selbst zu besitzen. Im Fokus steht das Benutzen, nicht das Besitzen. Materieller Reichtum und sozialer Status sind für sie nicht mehr in der altbekannten Weise verknüpft. Millennials sind pragmatisch und effizienzorientiert – diese Haltung ist für sie charakteristisch.

Den flexiblen Zugriff auf Dinge, die sie nicht selbst besitzen, haben Millennials durch die Sharing Economy, in der Tauschen, Teilen und Leihen zur Maxime einer neuen Art des Wirtschaftens wird. Über soziale Netzwerke, Online-Plattformen und standortbasierte App-Dienste tauschen und leihen sie sich Gegenstände des täglichen Bedarfs – auch die Arbeitskraft anderer Menschen. Millennials sind die Vorreiter der kommenden Outsourcing-Gesellschaft. Dank der weiter fortschreitenden digitalen Vernetzung treten sie überall, jederzeit und mit ein paar Klicks miteinander in Verbindung – weltweit wie in der unmittelbaren lokalen Umgebung.

Es geht ums Wir

Food Sharing liegt im Trend

Millennials sind damit Teil einer riesigen Community, die immer mehr Anknüpfungsmöglichkeiten bietet. Sie denken und handeln in Gemeinschaften. Sie sind Treiber einer neuen Wir-Kultur, in der die Menschen potenziell alles miteinander teilen können: Sei es das eigene Auto, die Bohrmaschine, die Luxus-Kleider oder aber das Abendessen, das man gerade gekocht hat. Über digitale Wege finden sich im realen Leben temporäre Interessengemeinschaften zusammen aus Personen, die manchmal sogar nur zufällig gerade am selben Ort sind. Genauso schnell gehen sie auch wieder auseinander: Lebenssituationen gemeinsam zu erleben oder zu meistern ist das primäre Ziel, nicht unbedingt der Aufbau langfristiger sozialer Bindungen und Beziehungen. So entstehen offene und flexible Formen der Interaktion, der Zusammenarbeit und mitunter auch des Zusammenlebens.

Jetzt und sofort

Das Netzwerk ist der neue Haushalt

Das moderne Ad-hoc-Leben – durch das Internet erst möglich geworden – sowie ihr gestiegener privater wie beruflicher Mobilitätsaufwand prägen das Verhältnis der Millennials zu ihrer Umgebung.
Ad-hoc heißt: Jedes Bedürfnis, das entsteht, soll umgehend erfüllt werden. Alles muss spontan und sofort möglich sein. Die Millennials leben ein dezentrales, access-basiertes Leben. Wer nicht jeden Tag zur Arbeit in die nächste Stadt pendeln möchte, kann sich bei Bedarf am Wohnort flexibel in einem Coworking Space einmieten. Wer mehrere Tage lang in einer fremden Stadt unterwegs ist, muss nicht auf das Abendessen mit Freunden verzichten, sondern schaut per Smartphone-App und Location-based Services, wer in der Nähe gerade zum gemeinsamen Kochen und Meal Sharing einlädt.
Künftig geht es dabei um weit mehr als nur um den Austausch einzelner Gegenstände und Dienstleistungen: Es geht um ganze Infrastrukturen. „Ihre“ Küche und „ihren“ Haushalt finden Millennials in Zukunft potenziell überall. Unabhängig vom eigenen Besitz suchen sie nach Angeboten, die ihnen vor Ort Zugang zu professionellen Umfeldern für die Hausarbeit ermöglichen – ganz gleich ob fürs Kochen, Wäschewaschen oder Do-it-yourself-Events mit Freunden. Ihr Haushalt ist ihr Netzwerk.

Küche = Spaßraum

Die Küche als Erlebniszentrum für soziale Events

Auch das eigene Zuhause kann für Millennials ein halböffentlicher Raum sein, wenn sie beispielsweise ihre Wohnung über airbnb untervermieten, Couchsurfing-Gäste übernachten lassen oder bislang unbekannte Nachbarn zum Essen einladen. Dabei wird die (Wohn-)Küche zum sozialen Raum, in dem es um Kommunikation geht, um das Zusammentreffen von Menschen und Meinungen, um Austausch und darum, gemeinsam eine gute Zeit zu haben.
Darin zeigt sich die pragmatisch-funktionale Sicht der Millennials: **Die Küche landet bei ihnen in puncto Lebensqualität lediglich auf Platz drei hinter dem Wohnzimmer und dem Schlafzimmer. Für Millennials ist die Küche seltener das Herzstück oder Zentrum der Wohnung (23 Prozent) als für ältere Generationen, wo fast jeder dritte Befragte der Küche diese Bedeutung zuschreibt (30 bzw. 32 Prozent). Dafür ist die (Wohn-)Küche für sie, mehr als für Ältere, ein Spaß- und Erlebnisraum (24 Prozent).**

24%

„Fremde“ nach Hause einzuladen oder die Ausweitung des privaten Lebensraums, indem man bei Fremden zu Gast ist, hat für die Millennials wichtigen Erlebnischarakter: **Jeder zweite Millennial kocht gerne in Gesellschaft anderer (49 Prozent).** Denn nur wer viel erlebt, befindet sich am Puls der Zeit – so die Eigenwahrnehmung. Und die findet vor allem in gemeinschaftlichen Kontexten statt. Millennials sind nicht nur ausgeprägte Fans von Festivals und Abenteuerreisen, sondern auch von sozialen Events im häuslichen Umfeld – sei es im eigenen oder in einem fremden Haushalt.

49%

Offline – was ist das?

Millennials leben real-digital

Digitale Medien und Online-Anwendungen sind für die junge Generation ein wichtiger, völlig organischer Teil ihrer Lebenswelt. Ob eine Unterhaltung gerade im Netz stattfindet oder live – es macht für sie keinen Unterschied. Kommunikation findet fließend über die Mediengrenzen hinweg statt. Eine

23%

Gemeinsam essen ist im Trend

Foto: Unsplash, CC0

Trennung von „real“ und „virtuell“ gibt es praktisch nicht mehr. Stattdessen ist die digitale Welt für Millennials nur eine Seite ihrer multidimensionalen Realität. Sie sind fast ununterbrochen in sozialen Netzwerken unterwegs und damit theoretisch überall zu jeder Zeit erreichbar.

Das Leben in der Echtzeit bedeutet: Stets präsent zu sein, online wie offline – die Grenze zwischen digital und real verschwimmt. Kommuniziert wird sowohl mobil von unterwegs als auch von zu Hause, parallel zu Alltagstätigkeiten, wie etwa beim Kochen. **Kein Wunder also, dass knapp jeder dritte Millennial es toll fände, wenn die Küche ein vernetzter und interaktiver Kommunikationsraum wäre, wo man beispielsweise über Bildschirme mit Freunden kommunizieren oder im Internet surfen kann (30 Prozent).**

30%

Brutzeln auf Facebook

Kochen wird zur Selbstdarstellung

20%

Das Kochen unter der Woche betrachten zwar **20 Prozent der Millennials als eine eher unliebsame Notwendigkeit, die sie gern sofort abgeben würden, wenn sie die Möglichkeit dazu hätten. Daher essen oder bestellen 16- bis 35-Jährige deutlich öfter außer Haus (23 Prozent) als die älteren Generationen (16 Prozent bzw. 10 Prozent).**

23%

Wenn sie aber doch einmal selbst kochen oder neue kulinarische Kreationen ausprobieren, zelebrieren sie das öffentlich. Denn wer etwas selbst gemacht hat, erntet in Zeiten des Do-It-Yourself-Trends Anerkennung. So wird Kochen auch für Millennials zur Lifestyle-Angelegenheit.

Facebook-Streams sind voll von Bildern selbstgekochter Gerichte: Wer zu Hause etwas Großartiges zubereitet hat, dokumentiert das gern und zeigt es in sozialen Netzwerken. Kleine persönliche Erfolge ebenso wie besondere Momente – erst was die Peers und die Community würdigt und wertschätzt, hat für Millennials einen Stellenwert. Das sind die Selftracking- und Feedback-Schleifen, in denen sich die junge Internet-Generation bewegt: Sich selbst darzustellen und Erlebnisse im Netz zu spiegeln ist ein Grundbedürfnis der Millennials. Es ermöglicht eine ständig wechselnde Perspektive auf das eigene Ich, erzeugt aber auch Selbstvergewisserung und -bestätigung.

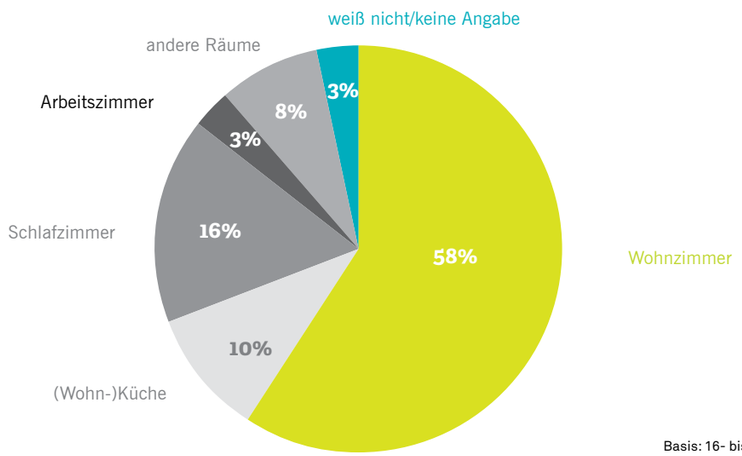
Berühmt durch Hausarbeit

YouTube-Stars in Küche und Haushalt

Auch die Kochkanäle auf YouTube mit Videos privater Koch-Sessions boomen und bringen regelrechte YouTube-Stars hervor, deren Fan-Gemeinden enorm wachsen. Zugleich werden Livestream-Portale wie

Räume für Lebensqualität

Welcher Raum für die Millennials im Alltag am meisten Lebensqualität bedeutet (Angaben in Prozent)



Basis: 16- bis 35-Jährige in Deutschland
Quelle: Zukunftsinstitut

Food-Fotografie ist künftig etwas für jedermann

FotoUnsplash.com

YouNow immer beliebter und bieten völlig neue Möglichkeiten, sich selbst zu präsentieren. Mittlerweile ist es fast egal, ob man gerade etwas Tolles gekocht hat oder ob man sich beim Staubsaugen zeigt: Wer Fans hat, kann mit beinahe allem begeistern.

Das Wichtigste: Einfachheit

Millennials wollen „Connection Points“ und Screens

Die Folge: Jederzeit und überall online zu sein ist für Millennials essentiell, um im Alltag zu bestehen. Dabei geht es weniger um ein bestimmtes Endgerät, denn sie erwarten ohnehin, dass sich alle benutzten Geräte und Anwendungen – egal ob Smartphone, Tablet oder Laptop – mit ihrer persönlichen Cloud synchronisieren. Es geht ihnen ganz pragmatisch um die Möglichkeit an sich: Je leichter sie Gerichte fotografieren, Bilder davon posten und Kochvideos aufnehmen können, desto eher nutzen Millennials diese Funktion. Smartphones oder Tablets sind dabei nicht zwingend die einfachste Lösung und das erste Mittel der Wahl: Das Zukunftspotenzial von „Connection Points“ wie integrierten Screens und Kameras ist durchaus groß. **Immerhin jeder vierte 16- bis 35-Jährige hat schon einmal eine fest installierte Kamera in der Küche zur Aufnahme eigener Kochvideos und zur Video-Telefonie genutzt oder kann sich zumindest vorstellen, dies künftig zu tun (26 Prozent).**

Derart vernetzte Anwendungen in der Küche können dabei in Zukunft noch eine weitere nützliche Funktion haben: Online-Plattformen wie Facebook und YouTube leben nicht nur von Bildern und Videos, sondern im Wesentlichen von den Kommentaren. Hier entwickeln sich ganze Diskussionsforen über gezeigte Inhalte: „Likes“ ebenso wie Kritik, Empfehlungen und Verbesserungsvorschläge, Fragen und Antworten – all das führt zu einer umfassenden Kommunikation in Echtzeit, die junge Menschen quasi im Live-Stream direkt umsetzen können.

Wer Kommentare unmittelbar mitlesen kann, hat größeren Spaß bei seinen Aktivitäten und Aufnahmen. Man muss aber keine ganze Fangemeinde haben, um von der Vernetzung in der Küche durch Screens und Kameratools zu profitieren: Sich während der Hausarbeit mit Freunden per Video-Chat auszutauschen, das nächste Event zu planen oder mit den Eltern und Großeltern zu skypen, erzeugt für immer mehr Millennials hohen kommunikativen Mehrwert.

Meterweise Kochbücher im Regal? Nein, danke!

Neue Gerichte lernt man im Netz

Wenn Millennials kochen, tun sie das überdurchschnittlich häufig mithilfe von Online-Rezepten oder Koch-Apps: Jeder fünfte 16- bis 35-Jährige nutzt derartige

26%

Vernetzung ist künftig direkt in der Küche verfügbar Foto: Kaboompics, CC0

22% 21% 48%

digitale Services regelmäßig oder wenigstens hin und wieder (22 Prozent), drei von zehn Befragten haben sie zumindest schon einmal genutzt (29 Prozent), und weitere 21 Prozent können sich vorstellen, künftig darauf zuzugreifen. Kochen lernt der Nachwuchs heute immer weniger von den Eltern, sondern mit virtuellen Mitteln. Hier zeigt sich einmal mehr, wie digitale Vernetzung inzwischen zu einer neuen Art der Wissensvermittlung beiträgt: Junge Menschen lernen nicht mehr nur durch traditionelle Bildungsformen und von den Erfahrungen einzelner Personen. Sie vertrauen auf die Weisheit der Masse.

Das Internet wird in Haushaltsangelegenheiten wie in anderen Bereichen zum Informationsmedium Nummer eins, das ihnen vor allem eines liefert: Ideen und Inspiration, die ihnen sonst niemand in ihrem Umfeld liefern kann. Wenn es drauf ankommt, ist das Netz für Millennials eine Ad-hoc-Kochschule.

Peer Group rules

Dinge, die von selbst besser werden

Wer durch das Internet lernt, profitiert zudem von der Dynamik der Crowd: Online-Rezepte oder Empfehlungen rund ums Kochen, Backen oder die Bedienung von Hausgeräten können laufend kommentiert und von Usern optimiert werden. Der Erfolg von Online-Portalen wie *Frag-Mutti.de* samt zugehöriger Apps macht das deutlich: Ausgezeichnete Rezepte und hilfreiche, wichtige Tipps werden schnell als solche kenntlich gemacht und steigen im Community-Ranking nach oben. Hier zeigt sich die Peer-Group-Orientierung der jungen Generation: Was die Netzgemeinschaft empfiehlt, gilt als geprüft und vertrauenswürdig. Für sie zählt das Urteil der Masse an Gleichgesinnten. In Zukunft werden die Peers im Netz bei vielen Alltagsfragen zu wichtigen Beratern – auch und gerade, wenn es um die Anwendung von Hausgeräten geht.

Frag Deinen Herd!

Vernetzte Hausgeräte werden Arbeitspartner und Ratgeber

Wer Rezepte nicht im Kopf hat, hat sie auch nicht im Blut. Wichtige Kochbegleiter der Zukunft sind für Millennials vernetzte Hausgeräte. Mit ihnen werden selbst kompliziertere Gerichte machbar. Weil sie keine geborenen Kochkünstler sind, lassen Millennials sich gern von ihnen unterstützen. **Mehr noch: Rund jeder zweite Millennial ist der Überzeugung, dass er mehr kochen würde, wenn ihm Hausgeräte die Zubereitung von Mahlzeiten und das Kochen erleichtern würden (48 Prozent)**.

42%

Das kann in Zukunft schon bei den ersten Schritten helfen, wenn es ums Handling der Zutaten geht: **42 Prozent der Millennials würden künftig gern Hausgeräte nutzen, die mithilfe von Sensoren Gewicht, Qualität etc. von Nahrungsmitteln messen können**. Produkte der Zukunft sind für sie in die Arbeitsplatte integrierte digitale Interfaces, die beim Kochen oder Backen die Abbildung von Zubereitungsschritten oder die Darstellung von Informationen über Zutaten und Kochutensilien per Augmented-Reality-Technik ermöglichen. Auch per Augmented Reality live gemeinsam ein Kochrezept zu meistern, ohne am selben Ort zu sein, ist für Millennials künftig attraktiv.

Rezepte für Maschinen

Spielerisches Kochen kommt

Vorstellbar sind auch andere Zukunftsszenarien: Etwa, dass künftig alle relevanten Informationen zur Zubereitung von Menüs inklusive der erforderlichen Programmeinstellungen für intelligente Küchengeräte (z.B. Temperatur und Dauer) mit dem Online-Rezept gleich mitgeliefert und über einen Chip an die vernetzten Geräte gesendet werden. Auch die benötigten Behältnisse könnten in Zukunft Teil einer umfassenden Vernetzung sein und mithilfe von Sensorik Inhalte und Füllmengen erkennen. Ein ebenso intuitives wie unterhaltsames Interface-Design kann den gesamten Prozess der Küchen- und Hausarbeit zum spielerischen Erlebnis für Millennials machen – und damit noch mehr Spaß garantieren.

Wegessen statt wegwerfen

Nachhaltigkeitsbewusstsein ist tief verankert

Millennials lassen sich beim Kochen und Backen inspirieren und bauen auf Empfehlungen, statt Rezepte selbst auszusuchen:

42%

42 Prozent kochen gern und wünschen sich mehr Optionen, um auf Knopfdruck Rezeptvorschläge zu erhalten oder Zutaten geliefert zu bekommen. Dabei lassen sie sich auch vom Nachhaltigkeitsgedanken leiten: **Sieben von zehn Millennials nutzen regelmäßig oder wenigstens hin und wieder Apps mit Rezeptvorschlägen auf Basis der Lebensmittel, die sie im Haushalt haben, oder können sich vorstellen, solche Anwendungen künftig zu nutzen, wenn sie die Möglichkeit dazu haben. 55 Prozent wünschen sich für die Zukunft einen Kühlschrank mit Haltbarkeitsanzeige der verschiedenen Lebensmittel, der dazu passende Rezeptvorschläge liefert**. Beide Services vereinen pragmatische Interessen mit einem wachsenden Umweltbewusstsein: Sie können zukünftig im besten Fall einen Einkauf ersparen und das Wegwerfen von Lebensmitteln vermeiden.

58%

Dass Millennials umweltbewusst leben, zeigt sich auch in ihrem Ernährungsverhalten: Wenn sie Lebensmittel selbst kaufen, achten immer mehr junge Menschen darauf, „bio“ oder „fair“ einzukaufen, wie beispielsweise das Ökobarometer, eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Verbraucherschutz, zeigt. Qualität ist für eine steigende Zahl der Millennials ein Kaufkriterium. Das vermehrte Interesse an Inhaltsstoffen und Herkunft der Nahrungsmittel spiegelt das Bedürfnis nach Transparenz der Herstellungsbedingungen. Gleichzeitig sind gerade Jugendliche und junge Erwachsene Trendsetter einer neuen Esskultur, die sich aus Strömungen wie Vegetarismus, Veganismus oder Paläo-Ernährung in die Mitte der Gesellschaft hinein entwickelt.

Vor diesem Hintergrund ist bei jungen Menschen das Urban Farming – der Anbau von Gemüse, Obst und Kräutern in der Stadt – zum Trend geworden. Sie wollen die Bedingungen der Erzeugung und Herstellung wieder selbst bestimmen, ökologisch einwandfreie Nahrungsmittel essen und den unmittelbaren Bezug zu ihrem Essen zurückgewinnen.

Homegrown Radieschen

Indoor Gardening lebt auf

Gleichzeitig erlebt das Indoor Gardening einen Boom: Der Eigenanbau mindestens von Kräutern, aber auch von Kleingemüse wie Tomaten in den eigenen vier Wänden wird unter den 16- bis 35-Jährigen wieder populär. Doch gerade vielen Millennials, die so mobil und spontan sind wie keine andere Generation, fällt die regelmäßige Pflege ihrer Pflanzen schwer. **58 Prozent von ihnen würden gerne mehr Gemüse und Kräuter in ihrer Wohnung anbauen können**.

27%

47%

6%

Für die Zukunft sind technische Lösungen denkbar, die die Fernpflege von Pflanzen über das Internet ermöglichen, wenn jemand unerwartet für ein paar Tage nicht nach Hause kommt. **Knapp die Hälfte der Millennials wünscht sich technische Möglichkeiten zur Bewässerung und Pflege von Pflanzen und Kräutern in der Wohnung bzw. im Haus (47 Prozent); jeder Zehnte nutzt diese heute schon bzw. hat Erfahrung damit**. Von der Beleuchtung über Bewässerungssysteme bis hin zur Vernetzung mit Raum- und Wetterdaten – professionelle Home-Gardening-Technologien als Bestandteil ihres Connected Home können dem Freiheits- und Flexibilitätsanspruch der Millennials künftig enorm entgegenkommen und entsprechen ihren Erwartungen an autonom agierende Technik, die das Alltagsmanagement erleichtert.

Mein Freund, der Roboter

Mit der Technik auf Augenhöhe

Millennials haben keine Angst vor Systemen und Geräten im Haushalt, die sich selbst steuern. Im Gegenteil: Solche Technik ist für Millennials ein Begleiter auf Augenhöhe. **Mehr als ältere Befragte vertrauen sie autonomer, selbstregulierender Technik im Haus, die ihnen die Arbeit in Küche und Haushalt erleichtert – auch wenn sie selbst nicht da sind (27 Prozent). Wenn Geld keine Rolle spielen würde, hätten die meisten von ihnen am liebsten intelligente Geräte, die Tätigkeiten im Haushalt wie Kochen, Waschen, Bügeln oder Putzen übernehmen, und würden diese einer festen Haushaltshilfe (27 Prozent) oder einem Dienstleistungsunternehmen (6 Prozent) vorziehen**. Millennials sind frei von Sorgen, die die älteren Generationen beschäftigen: 16- bis 35-Jährige begreifen die Beziehung von Mensch und Maschine nicht mehr als ein hierarchisches Machtverhältnis, in dem es darum geht, wer wen kontrolliert und wer wem dient. Sie finden, dass Technik, wenn sie gut ist, Dinge besser regeln bzw. erledigen kann – dass Software mitunter klüger ist als sie selbst.

Plug and Play ist ein Muss

Technikvertrauen steigt und antizipatorische Geräte sind in

Plug and Play lautet die Devise, mit der viele Millennials aufgewachsen sind: Je weniger sie selbst noch einstellen, aktiv steuern und permanent kontrollieren müssen, desto mehr schätzen Millennials digitale Geräte. Diese Generation verzichtet gern darauf, alle Funktionalitäten im Detail zu kennen und auswählen zu können oder gar zu müssen. Antizipatorische Technik ist das Schlagwort bei Millennials, wenn es um intelligente Hausgeräte geht: Denn sie wollen der Technik nicht erst und immer wieder beibringen, was sie zu tun hat. Smarte, selbstregulierende Anwendungen wie etwa der lernende Thermostat Nest sind für sie die entscheidenden Fortschritte, wenn sie über ein Connected Home nachdenken.

70%

Daneben ist die intuitive Bedienbarkeit in dieser Generation ein Top-Kriterium bei intelligenter Gerätetechnik geworden (70 Prozent). Ein unkompliziertes und unaufdringliches Software-Design ist für sie ein Muss. Das Handling soll so einfach wie möglich sein, und Interaktionen wie Feedback-Informationen oder Push-Nachrichten über den Status der Geräte sollten nur so viel wie unbedingt nötig stattfinden.

Millennial-proof Tools

Technikbegeistert und kritisch zugleich

Millennials sind die Protagonisten des digitalen, vernetzten Zeitalters. Sie sind konsumaffin und interessiert an innovativer Technik, sobald sie ihnen auf irgendeine Weise praktisch erscheint, ihnen das Leben leichter machen kann oder ihnen Unterhaltung, Spaß und ein gutes Erlebnis verschafft.

Ihre Technik- und Netzaffinität macht sie auf der anderen Seite zu sehr kritischen Technik-Usern: Millennials merken schnell, wenn ein digitales Angebot unausgereift und schlecht designt ist. In solchen Fällen sind sie bisweilen versucht, die Geräte zu „hacken“ und sie entsprechend ihren Bedürfnissen und Funktionswünschen zu modifizieren. Denn die Millennials sind es gewohnt, bei Bedarf in den zahlreichen User-Foren im Internet passende Anleitungen zu finden, um beispielsweise die Funktionen ihres Handys nach eigenen Wünschen umzuprogrammieren. Stellt sich das System jedoch als geschlossen, intransparent und unflexibel heraus und kostet sie der Umgang oder das Anpassen der Funktionalitäten zu viel Zeit, verlieren sie rasch das Interesse. Zu einer Benutzungsart, die sie nicht wollen, lassen sie sich nicht zwingen.

Die nachweislich kürzere Aufmerksamkeitsspanne der jungen Generation liegt nicht an mangelndem Konzentrationsvermögen. Vielmehr haben sie im digitalen Zeitalter von Beginn an gelernt, bei der Vielzahl an Informationen und Optionen, die ihnen die digitale Welt tagtäglich bietet, schnell von einer Sache abzulassen, wenn der (Zeit-) Aufwand den Nutzen übersteigt.

Frag‘ doch die Kinder

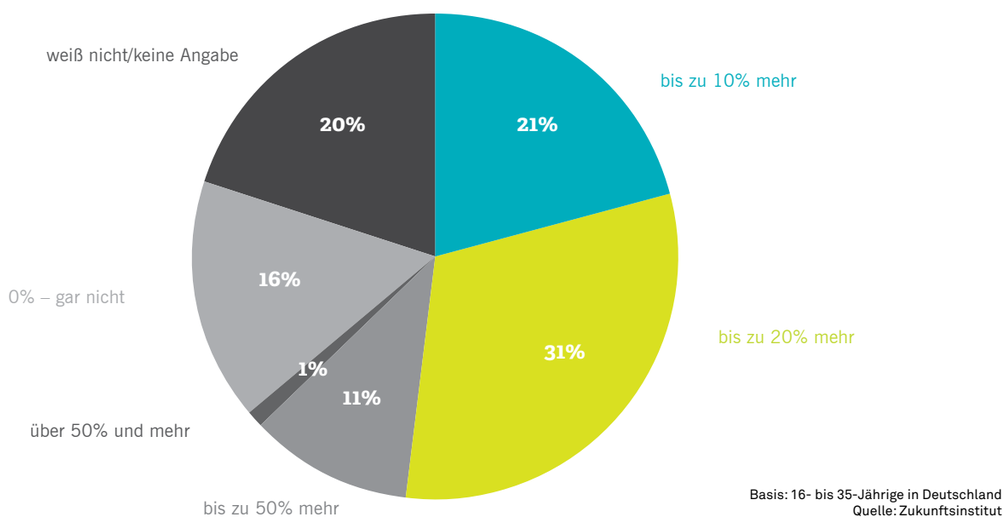
Junge Kunden erwarten Mitspracherecht

Das gute Technikverständnis der Millennials steigert ihre Erwartungshaltung an vernetzte Hausgeräte. In ihrer Vorstellung gibt es nichts, was nicht irgendwie machbar ist. Warum also nicht mit ihnen in einen Dialog treten? Millennials werden sich dankbar in die Entwicklung von Produkten einbinden lassen, für die sie sich interessieren. Kundenkontakt auf Augenhöhe – das spricht die Millennials und ihre selbstbestimmte, modifizierfreudige Prosumentenhaltung in Zukunft immer stärker an – und bietet die Chance, sie für sich zu gewinnen. Direkter, persönlicher Dialog statt massenhafter Individualkommunikation bindet Millennials emotional.

Millennials möchten zwar in Sachen Technik immer auf dem aktuellsten Stand sein, gleichzeitig haben sie jedoch ein gesteigertes Nachhaltigkeitsbewusstsein. Das bedeutet: Sie wollen Geräte aus ihrem Connected Home nicht ständig neu kaufen müssen, sondern sie erwarten, dass ihre einmal gekaufte Hard- und Software per Updates auf den aktuellsten Stand gebracht werden kann. Alternativ sind für sie Modelle interessant, bei denen sie lediglich die Nutzung bezahlen und nicht das Gerät selbst besitzen, also etwa Leasing- und Sharing-Modelle.

Aufpreisbereitschaft für intelligente Hausgeräte

Wie viel Millennials bereit wären, mehr für intelligente, vernetzte Hausgeräte im Vergleich zu herkömmlichen zu bezahlen, wenn diese ihnen Aufgaben abnehmen würden



Basis: 16- bis 35-Jährige in Deutschland
Quelle: Zukunftsinstitut

3.2 GENERATION RUSH HOUR

Foto: Unsplash, CC0

GENERATION RUSH HOUR AUF EINEN BLICK

Lieber gute Geräte als gute Geister

Besonders hohe Zustimmung für intelligente Geräte bei der Rush-Hour-Generation

45%

> wären mit intelligenten Hausgeräten langfristig zufriedener als mit einer persönlichen Haushaltshilfe

> setzen auf Hightech-Präzisions-Geräte, um optimale Ergebnisse in der Küche zu erzielen

35%

> erwarten von Hausgeräten, dass sie Inhalte erkennen und passende Programme automatisch auswählen

33%

> wünschen sich im Haushalt „eine App für alles“

24%

> fänden es toll, mithilfe einer Kamera jederzeit in ihren Kühlschrank schauen zu können

18%

Basis: 36- bis 54-Jährige in Deutschland
Quelle: Zukunftsinstitut

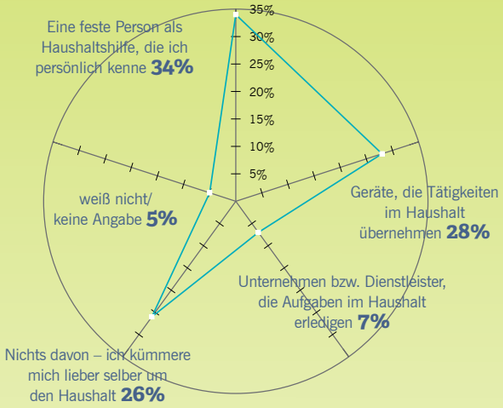
Helfen können Menschen besser

Welche Art der Hilfe die Generationen bevorzugen

Rush Hour 36-54 Jahre	**Millennials** 16-35 Jahre	**55plus** 55 Jahre oder älter
Person **34%**	Geräte **40%**	selbst **36%**
Geräte **28%**	Person **27%**	Person **33%**
selbst **26%**	selbst **23%**	Geräte **19%**

Mensch, Maschine, Dienstleister: Wer im Haushalt die Arbeit machen soll

Welche Art der Unterstützung im Haushalt 36- bis 54-Jährige sich wünschen, wenn Geld keine Rolle spielen würde

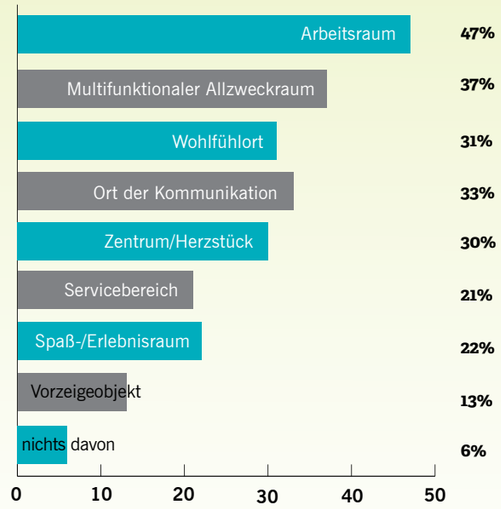


27% Bereits jeder Vierte im Alter zwischen 36 und 54 Jahren kann sich vorstellen, dass ihm Apps fürs Smartphone oder Tablet dabei helfen, Aufgaben im Haushalt besser zu managen.

42% der Befragten nutzen bereits Apps fürs Smartphone oder Tablet zur Analyse der eigenen Essgewohnheiten oder würden diese in Zukunft nutzen.

Zwischen Arbeitsraum und Kommunikation

Was die (Wohn-)Küche für 36- bis 54-Jährige bedeutet



Sprechen und Wohlfühlen

Unterschied der Ansprüche zwischen den Generationen

Rush Hour 36-54 Jahre	Millennials 16-35 Jahre	55plus 55 Jahre oder älter
Arbeitsraum	Arbeitsraum	Arbeitsraum
Allzweckraum	Allzweckraum	Allzweckraum
Kommunikation	Kommunikation	Wohlfühlort
Wohlfühlort	Wohlfühlort	Zentrum/Herzstück
Zentrum/Herzstück	Spaß & Erlebnis	Kommunikaton
Spaß & Erlebnis	Zentrum/Herzstück	Service
Service	Service	Spaß & Erlebnis
Vorzeigeobjekt	Vorzeigeobjekt	Vorzeigeobjekt
nichts davon	nichts davon	nichts davon

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (n=1049)
Quelle: Zukunftsinstitut

Menschen der Generation Rush Hour sind Selbstoptimierer: Sie versuchen, jede Stunde ihres Lebens vollständig im Griff zu haben.

Den Alltag perfektionieren
Die Generation der Selbstoptimierer

Menschen der Generation Rush Hour sind Selbstoptimierer: Sie versuchen, jede Stunde ihres Lebens vollständig im Griff zu haben. Ihre Arbeitswoche soll reibungslos funktionieren, jeder Time-Slot im Terminkalender will genutzt sein. Gutes Zeitmanagement – nicht nur das eigene, sondern das ihres gesamten Haushalts – ist für sie eine wichtige Strategie, um im Strudel des Alltagsstresses nicht unterzugehen.
Vielfach wird die gesamte Familie an der Tagesplanung beteiligt. Immer häufiger kommen digitale Anwendungen zum Einsatz: **Bereits gut jeder Vierte im Alter zwischen 36 und 54 Jahren kann sich vorstellen, dass ihm Apps fürs Smartphone oder Tablet dabei helfen, Aufgaben im Haushalt besser zu managen (27 Prozent)**.

27%

Die wachsende Zahl vernetzter Tools fürs Alltagsmanagement, Online-Partnerkalender und -Planer für die Familienorganisation sind dabei eine willkommene Hilfe.

Effizienz bei der Erledigung tagtäglich anfallender Hausarbeit hat für sie Priorität. Gerade in Familienkontexten, in denen beide Partner berufstätig sind, muss unter der Woche möglichst alles glatt laufen. Denn die wenige frei verfügbare Zeit, die ihnen neben der Arbeit bleibt, möchten sie vollständig ausnutzen.

„Do It For Me“
Die Outsourcing-Gesellschaft beginnt jetzt

Idealerweise erledigen sich Einkauf, Kochen und sonstige Hausarbeit quasi von selbst. Rund ein Drittel der 36- bis 54-Jährigen gibt an, an normalen Arbeitstagen keine Zeit und keine Lust zum Kochen zu haben. Da wird die eigene Küche schnell einmal zur funktionalen Versorgungs- und Verpflegungsstation, in der sich alles um optimierte Abläufe dreht. Was auch immer in Haushalt und Küche Zeit spart und Arbeit abnimmt, ist für die Generation Rush Hour Gold wert. Und das Ganze gern auch während ihrer Abwesenheit. Entsprechend interessiert sind sie an Innovationen, die ihnen bei der systematischen Organisation des Haushalts helfen. So wie moderne Waschmaschinen und Spülmaschinen bereits vorangegangene Generationen von vielen lästigen und mühsamen Einzeltätigkeiten befreiten, suchen sie nach Service-Technologien, die ihnen solche kleinteiligen Zeitfresser-Aufgaben abnehmen.

Die erste Generation, die in der Service-Ökonomie groß geworden ist, ist gewohnt, dass sie einzelne Aufgaben outsourcen kann, um die gesamten Abläufe im Haushalt und in der Küche zu perfektionieren: Lieferdienste erfüllen als selbstverständlicher Teil ihres Alltags diese Bedürfnisse, denn sie kompletieren unkompliziert und schnell Vorgänge, für die man selbst nicht die Zeit oder Mühe aufwenden möchte. DIFM – „do it for me“ – lautet die Zauberformel, auf die Menschen der Generation Rush Hour im Zweifelsfall gern zurückgreifen, wenn es im Terminplan mal eng wird.

Die 3 f des Lebens: funktionieren, funktionieren, funktionieren
Service-Schnittstellen werden unverzichtbar

Schnittstellen nach außen gehören für die Menschen dieser Generation zukünftig zur Standardausrüstung. Sie sind die konsequente Weiterführung von technischen Angeboten in einem modernen vernetzten Haushalt. Während für viele bei der Anschaffung von Smart-Home-Technologie bislang Energieeffizienz im Fokus stand, wird künftig der Serviceaspekt und die Zeitersparnis durch automatisiertes Outsourcing wichtiger. Angekommen in der Lebensphase, wo man den eigenen Haushalt, die Familien- und Hausarbeit auf eine professionelle Basis stellt, erkennt gerade die Generation Rush Hour, dass sich durch Connected-Home-Konzepte die Hausarbeit unabhängig von Ort und Zeit noch besser organisieren lässt und die eigene Zeit sinnvoller genutzt werden kann.

Die direkte Vernetzung von Hausgeräten mit externen Services beweist im zukünftigen Lebensalltag für die Generation Rush Hour sehr schnell ihre Vorteile: Was ist, wenn die Waschmaschine, die man gerade von unterwegs starten wollte, kein Waschmittel hat? Wer besorgt neues und wer füllt nach? In der Zukunft angekommen sind vernetzte Hausgeräte dann, wenn Nutzer künftig davon profitieren, dass Maschinen auf bestimmte Informationen und Statusmeldungen einfach selbst reagieren und beispielsweise das Waschmittel ordern können, bevor es zur Neige geht.

Die potenzielle Nachfrage nach derartiger Intelligenz in Hausgeräten ist hoch: 28 Prozent der Befragten wünschen sich für die Zukunft eine Wasch- oder Spülmaschine, die das Wasch- bzw. Spülmittel automatisch nachbestellt und liefern lässt, weitere sieben Prozent haben derartige Anwendungen schon einmal benutzt. Ähnlich hoch ist das Marktpotenzial bei Kühl- oder Küchenschränken, die Lebensmittel selbstständig nachbestellen und liefern lassen: 29 Prozent der 36- bis 54-Jährigen können sich das für die Zukunft vorstellen oder nutzen erste Anwendungen in dieser Richtung bereits.

29%

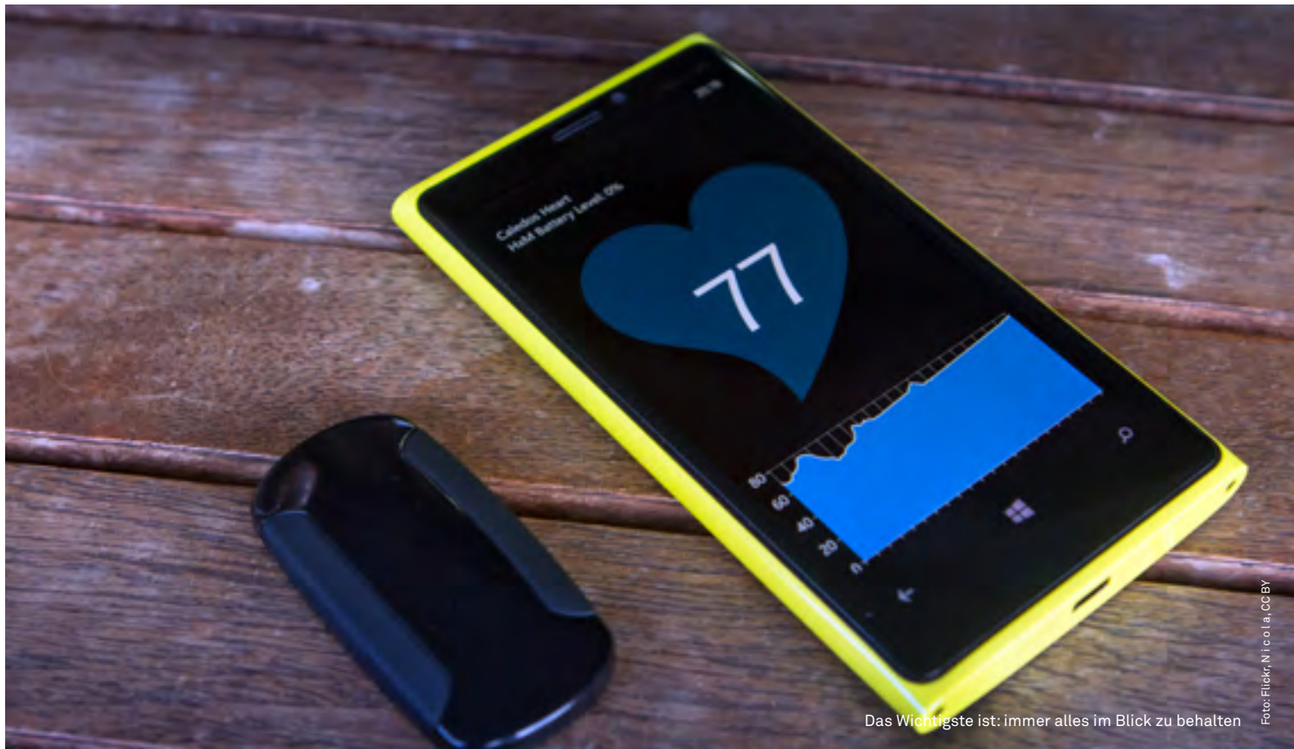
Auch im Hinblick auf Defekte entspricht es den Effizienzvorstellungen der Generation Rush Hour, wenn Geräte bei Bedarf zukünftig direkt einen Wartungsservice anfordern oder mit Herstellern kommunizieren können, damit diese per Fernwartung Abhilfe leisten. **Vier von zehn Befragten im Alter zwischen 36 und 54 Jahren würden Hausgeräte, die Defekte selbst erkennen und automatisch den Reparaturservice rufen, künftig gern nutzen oder haben dies bereits getan (41 Prozent)**.

41%

Antizipative Logistik
Connected Home wird zum Alltagsassistenten

28%

Connected Home, das ist für die Menschen der Generation Rush Hour in Zukunft nicht mehr nur ein hipper Mode-Begriff, sondern es spiegelt ihr reales Bedürfnis nach einem einfachen, reibungsfreien und umfassenden Alltagsassistenten wider. Innovationen wie die des Online-Händlers Amazon mit seinem

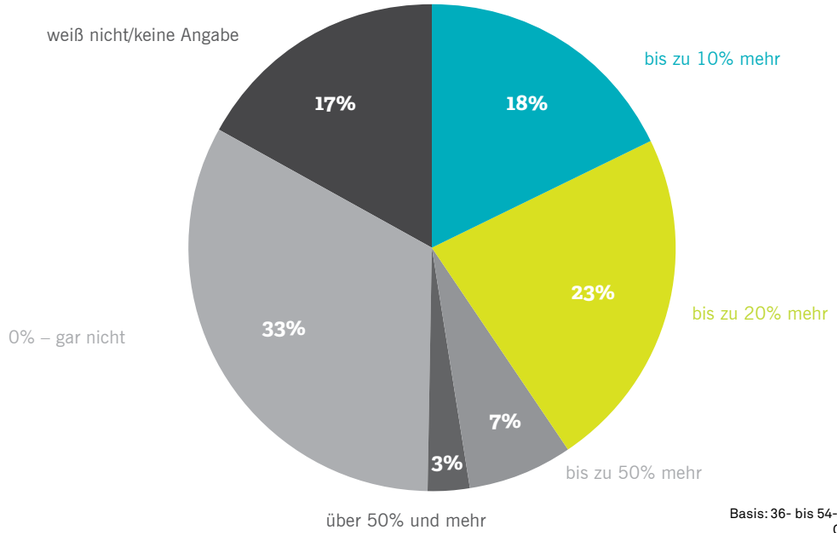


Das Wichtigste ist: immer alles im Blick zu behalten

Foto: Flickr, N i c o l a, CC BY

Aufpreisbereitschaft für intelligente Hausgeräte

Wie viel mehr die Generation Rush Hour bereit wäre, für intelligente, vernetzte Hausgeräte im Vergleich zu herkömmlichen zu bezahlen, wenn diese ihnen Aufgaben abnehmen würden



Basis: 36- bis 54-Jährige in Deutschland
Quelle: Zukunftsinstitut

sprachgesteuerten Alltagsassistenten Echo, der auf Zuruf beispielsweise eine Einkaufsliste erstellt, zeigen dabei bereits, welche Wege in Zukunft beschritten werden können: Gefragt sind zunehmend einfach zu bedienende Service-Schnittstellen für Konsumenten zur unmittelbaren Vernetzung mit dem Handel und externen Dienstleistern. So wird die Automatisierung von Gebäuden und Hausgeräten konsequent weitergeführt, mit dem Ziel einer echtzeitnahen Steuerung von Supply Chains bis zum Endkunden und zur antizipativen Logistik.

Gesund durch Küchengeräte

Küchen werden Teil der individuellen Food- und Fitness-Cloud

Die Generation Rush Hour legt großen Wert auf eine ausgewogene Ernährung. Auch hier steht der Optimierungsgedanke im Vordergrund. Wer sich richtig ernährt, kann präventiv an seiner Gesundheit arbeiten. Sich bewusst und gesund zu ernähren gehört für immer mehr Menschen zu einem eigenverantwortlichen Lebensstil. Das Ernährungsverhalten und die Essenszubereitung werden dadurch zu Vorgängen, die es zu perfektionieren und bei denen es das bestmögliche Ergebnis zu erzielen gilt. Neben dem Genuss gewinnt vor allem der Gesundheitsmehrwert massiv an Bedeutung.

Sogenanntes Medical Food wird in der Generation Rush Hour immer populärer: Essen mit gesundheitlichem Zusatznutzen. Das Interesse an Apps, die dabei unterstützen, ist bei 36- bis 54-Jährigen entsprechend hoch: **42 Prozent der Befragten nutzen bereits Apps fürs Smartphone oder Tablet zur Analyse der eigenen Essgewohnheiten oder würden diese in Zukunft nutzen. Gleiches gilt für 44 Prozent der Altersgruppe im Hinblick auf Apps, die individuelle Tipps für eine ausgewogene und gesunde Ernährung geben.** Genauso steht die persönliche Fitness für die „Rush Hours“ im Fokus. Wearables wie etwa digitale Fitness-Armbänder erfüllen das Bedürfnis, den Status ihres Gesundheitsmanagements und die Leistungsfähigkeit ihres Körpers im Blick zu haben und immer weiter zu optimieren.

42%

44%

Sowohl Fitness- als auch Ernährungsdaten-Clouds bieten sich als Schnittstelle für ein Connected Home der Zukunft, das Teil eines ganzheitlichen Gesundheitsmanagements ist, geradezu an. Die Vernetzung persönlicher Körper- und Vitaldaten mit den Funktionen von Hausgeräten erzeugt eine Vielzahl von Möglichkeiten, Abläufe und Vorgänge im Haushalt auf Wunsch exakt auf die Bewohner abzustimmen – etwa hinsichtlich der Auswahl, Verwendung und Lagerung von Lebensmitteln.

Besser als die Perle

Whole Home Management statt Insellösung

Menschen, die sich in der Rush Hour des Lebens befinden, erhoffen sich vom Connected Home der Zukunft nicht mehr nur Insellösungen für einzelne Haushaltsangelegenheiten, sondern ganzheitliche Full-Service-Angebote fürs Alltagsoutsourcing. **Fast jeder zweite Befragte zwischen 36 und 54 Jahren sagt von sich, dass er mit ausgereifter (teil-)autonomer Hausgerätetechnik (z.B. zur Oberflächenreinigung, zum Staubsaugen oder Wäscheautomaten mit Bügelfunktion) langfristig zufriedener wäre als mit einer Haushaltshilfe (45 Prozent).** Wenn Geld keine Rolle spielen würde, hätten drei von zehn Personen dieser Altersgruppe gern intelligente Geräte, die Haushaltstätigkeiten wie Mahlzeiten zubereiten, Wäsche waschen, Bügeln und Putzen übernehmen (28 Prozent).

45%

Wo bisher immer noch allzu oft manuelles Eingreifen nötig ist, um Prozesse im Haushalt zu steuern, wünscht sich die Generation Rush Hour zukünftig automatisierte Gesamtabläufe, die ihre Anwesenheit zu bestimmten Zeitpunkten im Haus oder in der Wohnung gar nicht mehr notwendig machen. Das erfordert ein Zusammenspiel sämtlicher vernetzter Hausgeräte mit verschiedenen externen Funktionen und Dienstleistungen und damit ein ganzheitliches System fürs Whole Home Management.

Maximale Erleichterung – aber bitte keine Bevormundung

Das Szenario eines perfekten Tags

In Zukunft kann ein perfekter Tag beispielsweise bedeuten, dass Fitness-Wearables aus gesammelten Gesundheitsdaten die optimale Nahrungsauswahl im Rückgriff auf den Ernährungskalender errechnen, um eine ausgewogene Ernährung zu sichern. Aus diesen Daten werden dann künftig Empfehlungen für mögliche Mahlzeiten erstellt, die dem Benutzer auf seiner Connected-Home-App vorgeschlagen werden. Nach der entsprechenden Auswahl ist die einzige Entscheidung, ob man das Essen fertig geliefert bekommen oder selbst in der Küche zubereiten möchte.

Im letzteren Fall greift das Home-System auf die Informationen von Kühlschrank und Lebensmittelschrank zu, um zu prüfen, ob alle notwendigen Zutaten im Haus sind. Sollte etwas fehlen, gleicht die App die Terminkalender der Hausbewohner ab und fragt, ob der Bewohner die Zutaten selbst besorgen, eine Einkaufsliste an ein Familienmitglied senden möchte oder ob sie in wenigen Stunden direkt von einem Lieferservice gebracht werden sollen. Wer Zutaten selbst besorgen möchte, kann dank moderner Click & Collect-Lösungen Waren heute schon direkt online bestellen und bezahlen, um sie dann im nächstgelegenen Shop abzuholen.

Im Wunsch-Haushalt der Generation Rush Hour können moderne Küchengeräte künftig die nötigen Zutaten aus dem Kühlschrank oder Küchenschrank selbstständig verarbeiten. **Die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, in Zukunft Koch- oder Backgeräte zu verwenden, die Rezepte aus vorgegebenen Zutaten selbstständig mischen, um sie dann fertig zu kochen und zu backen, oder nutzt solche Produkte bereits heute (50 Prozent).** Die richtigen Einstellungen für den Herd oder den Ofen werden dann automatisch anhand des gewählten Rezepts vorgenommen. Auch gewünscht sind solche Geräte, die den Back-, Koch- oder Bratvorgang selbst regulieren

50%

und erkennen, wenn Gerichte fertig sind. **55 Prozent der 36- bis 54-Jährigen würde künftig gern Hausgeräte haben, die mithilfe von Sensoren den Koch-, Brat- oder Backvorgang selbst regulieren (Hitzegrad, Dauer), weitere elf Prozent haben solche Geräte bereits einmal genutzt oder arbeiten damit regelmäßig.**

Bald putzt sich die Pfanne selbst

Convenience erreicht eine neue Entwicklungsstufe

In der Welt umfassend vernetzter und intelligenter Connected-Home-Systeme erreicht Convenience eine neue Entwicklungsstufe: Essenszubereitung kann so immer unabhängiger von der Anwesenheit der Konsumenten stattfinden – während sie zum Beispiel noch auf dem Heimweg sind – und mit der durchs Navi errechneten Wegzeit synchronisiert werden.

Im Anschluss an die Zubereitung von Mahlzeiten wird künftig die Reinigung dank smarter Materialien und neuer Technologien immer öfter von Oberflächen und Geräten selbstständig vorgenommen: Sie nehmen Menschen diese unbeliebten Tätigkeiten ab. Auf diese Weise können in Zukunft Teile einer Vision realisiert werden, die die Generation Rush Hour antreibt: Alle Hausgeräte sind über eine zentrale Vernetzung miteinander abgestimmt, die gewährleistet, dass sämtliche Abläufe im Haushalt reibungslos ineinandergreifen. So erledigen sich immer mehr Aufgaben im Haushalt fast von selbst.

Weniger macht mehr

Multifunktionalität: Die Basis fürs Connected Home

Menschen der Generation Rush Hour haben ein großes Interesse an Hausgeräten, die ihnen vergleichsweise kurze Aufgaben abnehmen, die aber wegen ihrer Regelmäßigkeit in der Summe viel Zeit kosten: Spülmaschine ein- und ausräumen, Wäsche in den Waschtrockner befördern und wieder herausnehmen. Das sind zweifellos Aufgaben, die bislang kein Gerät selbst machen kann. Dennoch werden Connected-Home-Lösungen vor allem dann auf Nachfrage stoßen, wenn sie eine möglichst hohe Multifunktionalität erreichen: Das erleichtert nicht nur das systematische Zusammenspiel von Hausgerätetechnik, sondern reduziert auch die Anzahl der Geräte trotz zunehmender Funktionalitäten.

55%

Das beginnt etwa bei Backöfen mit gleichzeitiger Mikrowellen- und Bratfunktion. Zukünftig vorstellbar sind Mikrowellen, die das eingestellte Essen bis zur Zubereitung kühlen können, um so die Zubereitung von frischen Fertigmahlzeiten jederzeit von unterwegs starten zu können. Dasselbe Bedürfnis nach multifunktionalen und autonom arbeitenden Geräten bedienen auch Waschmaschinen, die das Waschmittel selbstständig dosieren – abhängig von der Menge und dem Verschmutzungsgrad der Wäsche –, während das Programm und die Wassermenge an die durch Sensoren erkannte Textilart angepasst werden.

11%

Vielversprechend sind vor dem Hintergrund der Lebenswelt der Generation Rush Hour in Zukunft Waschmaschineninnovationen, die dafür sorgen, dass die Wäsche nicht nur zuverlässig gereinigt und getrocknet, sondern auch überzeugend bügelglatt wieder ausgegeben wird. **Denn Bügeln ist eine extrem unbeliebte Tätigkeit speziell bei den 36- bis 54-Jährigen, die über die Hälfte von ihnen sofort an intelligente Hausgeräte abgeben würden (53 Prozent). Wäscheautomaten mit Bügelfunktion haben in dieser Altersgruppe ein Marktpotenzial von starken 64 Prozent: 57 Prozent der 36- bis 54-Jährigen würden solche Funktionen künftig gern nutzen, acht Prozent tun dies heute schon.**

53%

57%

Getrennte Dinge zusammen denken

Neue Settings in Küche und Haushalt

Noch effizienter wird die Haushaltsführung in Zukunft, wenn ganze Settings neu gestaltet werden, um Teilschritte in der Hausarbeit zusammenzuführen: Die Wäschesortierung und Waschmaschinenbefüllung müssen derzeit immer noch per Hand erledigt werden, ebenso wie das spätere Ordnen, Zusammenlegen und Falten.
Technische Produktlösungen, die das praktikabel vereinen, indem Nutzer beispielsweise ihre Schmutzwäsche direkt in unterschiedliche Fächer der Maschine sortieren, die diese dann einzeln ansteuern kann, sind hier zukünftig vorstellbar. Eine ähnliche Lösung ist für den Geschirrspülvorgang denkbar:

Für bessere Abläufe werden Menschen sich künftig auch auf innovative Raumkonzepte und Einrichtungslösungen einlassen, bei denen Spül- und Storage-Platz für das Geschirr etwa in Möbeln wie Schränken oder Tischen zusammengelegt wird.

Vertrauen ist gut…

Kontrolle – jederzeit, von überall

Nicht wenige in der Generation Rush Hour möchten von überall aus und jederzeit Zugriff auf ihr Connected Home haben. Hausgeräte von unterwegs aus bedienen zu können, ist für sie ein wichtiges Motiv. **Jeder Vierte zwischen 36 und 54 Jahren hätte gern eine „App für alles", mit der sich bei Bedarf sämtliche Geräte und technischen Systeme im Haushalt steuern lassen (24 Prozent), und jeder Fünfte wünscht sich insgesamt mehr Möglichkeiten, Hausgeräte wie Herd oder Waschmaschine übers Internet steuern zu können (19 Prozent).**
Dahinter verbirgt sich kein Kontrollzwang. Die mobilen Steuerungsmöglichkeiten bieten aber die Chance, die Hoheit über die abgegebenen Tätigkeiten zu behalten und von unterwegs jederzeit prüfen und entscheiden zu können, ob die Hausgerätetechnik so funktioniert, wie man es sich vorstellt. Hat sich der Backofen wirklich selbst ausgeschaltet? Wird der Braten tatsächlich rechtzeitig fertig, bis ich zu Hause bin? Und sieht das Fleisch genau so aus, wie ich es mir vorgestellt habe? Ist die Waschmaschine voll genug, um sie zu starten? Möchte ich am aktuellen Same-Day-Delivery der Lebensmittel für das Abendessen noch etwas ändern?

Der Chef bin ich!

Wahlfreiheit soll erhalten bleiben

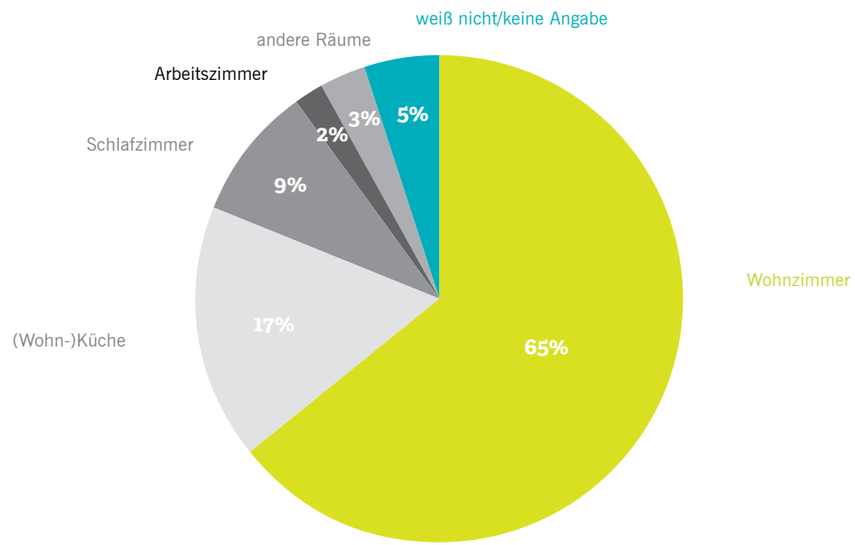
Die Generation Rush Hour hat ein Grundvertrauen in autonom agierende Technik. Ihnen ist es jedoch wichtig, Abläufe im Zweifelsfall jederzeit neu aussteuern zu können und Alternativen zu haben.
Klar ist: (Teil-)autonom agierende Hausgerätetechnik soll individuelle, auf persönliche Präferenzen abgestimmte Entscheidungen treffen, sie darf Menschen aber nicht das Gefühl geben, von der Technik bevormundet

24%

19%

Räume für Lebensqualität

Welcher Raum für die Generation Rush Hour im Alltag am meisten Lebensqualität bedeutet



Basis: 36- bis 54-Jährige in Deutschland
Quelle: Zukunftsinstitut

Moderne Geräte werden mehrere Sinne bedienen

Foto: Pexels, CC0

Entschleunigung für eine Generation der Gestressten

Foto: Pexels, CC0

und entmündigt zu werden, wenn etwa auf Basis von aggregierten oder individuellen Kundendaten immer dasselbe Waschmittel nachbestellt wird.

Die 36- bis 54-Jährigen möchten gezielt Ausnahmen machen und sich ihrer Autonomie gegenüber technischen Systemen sicher sein können, um etwas anderes tun zu können, als Maschinen und Big-Data-Analyse vermeintlich treffsicher prognostizieren.

Wie duftet es gut aus dem Handy!

Feedback erwünscht

Genauso ist den Menschen der Generation Rush Hour wichtig, Feedback über die Aktivitäten ihrer modernen Geräte auf ihr Smartphone zu bekommen. Vernetzte Hausgeräte sollen ihren Besitzer jederzeit über ihren Status und Inhalt informieren können. Die Optik spielt dabei eine wichtige Rolle: Die 36- bis 54-Jährigen wollen nicht nur lesen, sondern sehen können, was in ihrem Haushalt passiert. Ein entsprechend intuitives, anschauliches Schnittstellen-Design und Interface von Apps fürs Whole Home Management ist ihnen wichtig und gibt ihnen das Gefühl, nah am Geschehen zu sein.

Das bedeutet, nicht nur eine Inventarliste ihres Kühlschranks zu lesen, sondern auch per Webcam einen Blick in den Kühlschrank werfen zu können. 18 Prozent der 36- bis 54-Jährigen fänden es toll, wenn sie über eine Kamera Einblick in ihren Kühlschrank haben würden, um zu sehen, was noch alles drin ist. Denkbar ist, dass solche Kamerabilder in Zukunft mit Zusatzinformationen über den Zustand und die Haltbarkeit der einzelnen Artikel angereichert werden.

Solche real-digitalen Erfahrungen sind künftig auch für Backöfen vorstellbar, die mit Kameras ausgestattet sind. Dann können sich Nutzer vom Bratzustand des Essens per App überzeugen, ohne davorstehen zu müssen. In Zeiten, in denen versucht wird, der Digitalität durch multisensuelle Ansprache „real-natürliche“ Präsenz zu verschaffen und damit die Erfahrung unmittelbarer zu machen, ist für die Zukunft sogar denkbar, dass nicht nur das Bild, sondern auch Geräusche aus dem Ofen übertragen werden – und irgendwann vielleicht auch noch Düfte.

Slow Culture kommt

Offline-Zeiten sind wertvoll

Die Menschen der Generation Rush Hour sind keine Digital Natives. Das wird für sie immer wieder spürbar, wenn sie in Situationen geraten, in denen die Technik etwas tut, was sie nicht wollen und wo die Technik ihnen übermächtig erscheint. Die 36- bis 54-Jährigen haben ein erlerntes, kein „natürliches“ Verhältnis zu Technik, Digitalität und Vernetzung. Technik wird für sie immer „das Andere“ sein, nicht ein Teil ihrer selbst. Genauso wird die Netzwelt stets eine praktische Sphäre für sie bleiben, in die man sich immer wieder begeben kann, jedoch niemals ganz ohne ein Fremdheitsgefühl: Für sie wird der digitale Kosmos nie zu einem Teil einer einzigen real-digitalen Wirklichkeit, sondern immer eine zweite, weniger reale Wirklichkeit bleiben.

„Slow Culture“ ist daher auch der Trend, in dem sich dieses Verhältnis ausdrückt und der sich besonders in der Rush-Hour-Generation ausprägt: das gezielte Streben nach Entschleunigung, um negative Einflüsse des immer schneller getakteten Alltags zu reduzieren. Das persönliche Wohlbefinden steht im Mittelpunkt. Zeitwohlstand wird zum neuen Luxusgut und zum wichtigen Aspekt hoher Lebensqualität. Zukünftige Angebote, die Entschleunigung auch im häuslichen Umfeld ermöglichen, bieten neue Marktchancen: **69 Prozent der Menschen der Generation Rush Hour kochen gerne ausgiebig und in Ruhe, wenn sie die Zeit dazu haben – also vor allem am Wochenende**.

Offline-Zeiten jenseits permanenter digitaler Vernetzung sind der Gegenpol zum Alltagsstress. Entsprechend wünschen sie sich, alle Haushaltstätigkeiten bei Bedarf jederzeit auch ganz analog und selbstständig ausführen zu können. Alle Geräte müssen für sie auch von Hand steuerbar sein, das Kochen muss auch ohne vernetzte Multifunktionsgeräte funktionieren. In diesen Momenten geht es nicht um Effizienz und größtmögliche Automation, sondern darum, herunterzufahren, besondere Momente zu erleben, häuslichen Beschäftigungen intensiv nachzugehen und sie zu zelebrieren, um darin das Gefühl von Freiheit und Lebendigkeit zu erfahren. Hausarbeit kann in diesen Momenten zu einem sinnlichen Erlebnis werden, das Menschen für kurze Zeit aus der Rush Hour ihres Lebens holt.

03
GENERATION 55PLUS

Foto: Fotolia

GENERATION 55PLUS AUF EINEN BLICK

Sicherheit und Einfachheit sind Trumpf

Unkomplizierte Bedienung und Datenschutz erreichen Topwerte

76%
> sagen, dass ihnen der Datenschutz bei Smart-Home-Anwendungen sehr wichtig ist

71%
> beurteilen gutes Design danach, ob Geräte einfach und unkompliziert bedienbar sind

63%
> wünschen sich intelligente Hausgeräte, die ihnen bei einer gesunden Ernährung helfen

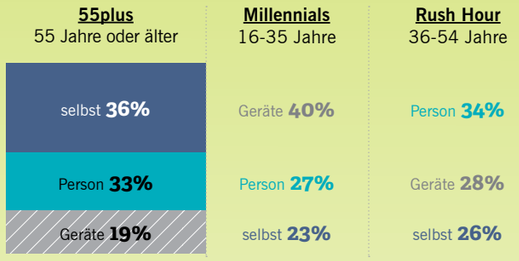
33%
> glauben, dass ein vernetzter Haushalt das Alltagsleben erleichtert

29%
> wünschen sich eine Küche, die automatisch individuell auf sie abgestimmte Einstellungen vornimmt

Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 55 Jahren
Quelle: Zukunftsinstitut

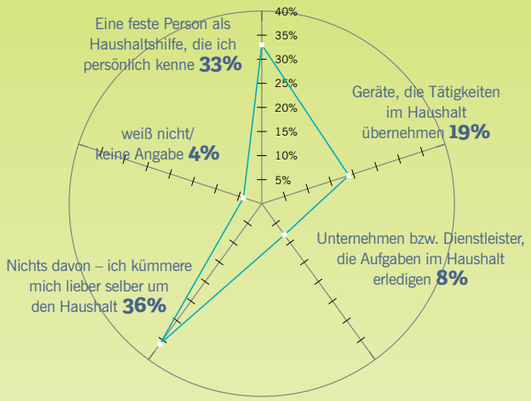
Selber machen dominiert noch

Welche Art der Hilfe die Generationen bevorzugen



Mensch, Maschine, Dienstleister: Wer im Haushalt die Arbeit machen soll

Welche Art der Unterstützung im Haushalt die Generation 55plus sich wünscht, wenn Geld keine Rolle spielen würde

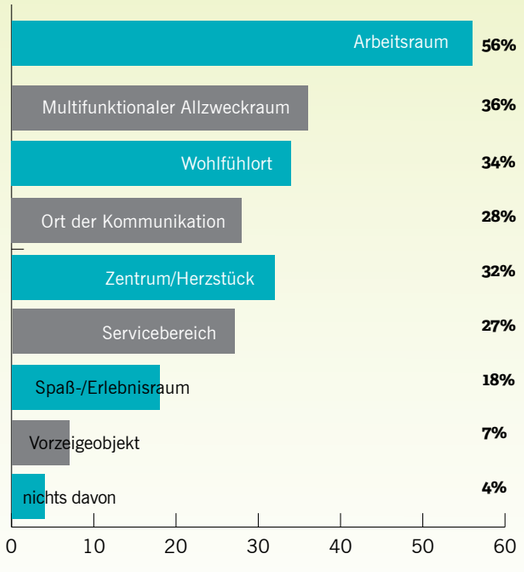


41%
In zehn Jahren werden bundesweit fast 33 Millionen Menschen mindestens 55 Jahre alt sein und dann rund 41 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmachen.

51%
der 55- bis 65-Jährigen sind mittlerweile regelmäßig online, bei den über 66-Jährigen nutzen immerhin 15 Prozent regelmäßig das Internet.

Zwischen Arbeits- und Allzweckraum

Was die (Wohn-)Küche für 36- bis 54-Jährige bedeutet



Küche als Zentrum des Hauses

Unterschied der Ansprüche zwischen den Generationen

55plus 55 Jahre oder älter	Millennials 16-35 Jahre	Rush Hour 36-54 Jahre
Arbeitsraum	Arbeitsraum	Arbeitsraum
Allzweckraum	Allzweckraum	Allzweckraum
Wohlfühlort	Kommunikation	Kommunikation
Zentrum/Herzstück	Wohlfühlort	Wohlfühlort
Kommunikaton	Spaß & Erlebnis	Zentrum/Herzstück
Service	Zentrum/Herzstück	Spaß & Erlebnis
Spaß & Erlebnis	Service	Service
Vorzeigeobjekt	Vorzeigeobjekt	Vorzeigeobjekt
nichts davon	nichts davon	nichts davon

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren (n=1049)
Quelle: Zukunftsinstitut

Die Generation 55plus gehört zu den geburtenstärksten Jahrgängen. Sie sind aber nicht nur zahlenmäßig viele, sondern sie werden auch länger leben als jede Generation vor ihnen.

64%

41%

Die Immerjungen
Alte sind heute jünger als früher

Mit über 34 Prozent machen sie heute bereits mehr als ein Drittel der Bevölkerung Deutschlands aus. **In zehn Jahren werden nach Prognosen des Statistischen Bundesamtes bundesweit fast 33 Millionen Menschen im Alter ab 55 Jahren leben und dann rund 41 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmachen.** Die Lebenserwartung steigt beständig und liegt hierzulande bei 60-jährigen Frauen momentan bei durchschnittlich weiteren 25 Jahren und bei gleichaltrigen Männern bei über 21 Jahren. Viele Menschen in der vermeintlich alten Generation 55plus haben also noch einen Großteil ihres Lebens vor sich. Sie sind weit davon entfernt, sich im „letzten" Lebensabschnitt zu befinden. Kein Wunder also, dass auch das subjektiv empfundene Alter stetig sinkt: Laut der Generali Altersstudie fühlen sich 65- bis 85-Jährige im Schnitt 9,7 Jahre jünger, als sie es tatsächlich sind.

Trendsetter Ü55
Tongeber neuer Mindsets

Die Generation 55plus wird allein aufgrund ihrer großen Masse unsere Gesellschaft deutlich verändern. Doch ihre Selbstwahrnehmung als „junge Alte" wird auch die Sicht der jüngeren Generationen und das Altersbild insgesamt prägen. Denn die „Alten" sind keine Randgruppe mehr, die sich dem Jugendfetisch früherer Generationen beugt. Im Gegenteil: Sie sind Tongeber eines neuen Mindsets, wenn es ums Altern geht. Sie werden zu Trendsettern neuer Wertvorstellungen. Sie trauen sich, für ihre Bedürfnisse einzustehen und sich ihre Welt entsprechend einzurichten, ohne das Älterwerden als Stigma zu empfinden oder von außen Verhaltensregeln auferlegt zu bekommen. **Zwei von drei Befragten ab 55 Jahren fordern explizit, dass etwa Kücheneinrichtungen den Bedürfnissen ihrer unterschiedlichen Benutzer und den Ansprüchen aller Generationen besser gerecht werden sollten (64 Prozent). Eine Aussage, der interessanterweise beinahe ebenso viele Millennials zustimmen (61 Prozent), aber deutlich weniger Frauen und Männer der Generation Rush Hour (54 Prozent).**

Genuss ist selbstverständlich
Achtsamkeit wird wichtiger

Vertreter der Generation 55plus haben die Rush Hour des Lebens hinter sich gelassen. Wenngleich immer mehr von ihnen immer länger arbeiten – spätestens mit der „Empty-Nest-Phase", wenn die Kinder das Haus verlassen haben, lässt der Stress nach. Sie gönnen sich mit zunehmendem Alter ein entschleunigteres Leben, achten mehr auf sich selbst und das, was ihnen wirklich wichtig ist. Das heißt keineswegs, dass sie weniger aktiv sind, sie tun dies aber mit einem stärkeren Fokus auf das eigene Wohlbefinden. Die über 55-Jährigen haben einen ausgeprägten Sinn für Zeitautonomie, gönnen sich Komfort- und Genusserlebnisse, die sie als Selbstverständlichkeit verstehen und nicht als Luxus. Ihr höchstes Gut: die persönliche Lebensqualität und ihre Selbstbestimmtheit.

Scheidung nach Erziehung
Immer mehr Ältere starten ihr Leben neu

Immer mehr Menschen gestalten ihren Lebenslauf nicht mehr nach einem linearen Biografiemodell, sondern leben vielmehr eine Multigrafie: Ihr Leben besteht aus einer Vielzahl von asynchronen Phasen, die sich überschneiden, sich wiederholen oder auch unterbrochen und später fortgesetzt werden. Das betrifft auch die ältere Generation: Die Zahl derer, die mit Mitte 50 noch einmal einen Neuanfang wagen, wächst ebenso wie die derjenigen, die sich beruflich selbstständig machen, wenn andere in den Ruhestand gehen. **Mittlerweile machen die Scheidungen, die nach 26 oder mehr Jahren Ehe erfolgen, laut Statistischem Bundesamt über 14 Prozent aller Trennungen aus – das sind beinahe doppelt so viele wie noch vor 20 Jahren.** Immer mehr über 55-Jährige gehen auch den Schritt, bei Unzufriedenheit noch einmal den Job zu wechseln, anstatt die letzten Jahre im ungeliebten Arbeitsumfeld auszuharren. Sie setzen eigene Start-up-Ideen um, gehen noch einmal an die Uni, re-kalibrieren ihre privaten Aktivitäten und Interessen.

Darin äußert sich ihr Wunsch nach Selbstbestimmung und ihre neue Achtsamkeit: Menschen der Generation 55plus werden sich ihrer Lebenssituation noch einmal neu bewusst und überdenken ihren Lebensentwurf, ihre Sinnsetzungen und Anstrengungen. Ob Silverpreneure, Forever Youngsters oder Best Ager – welche Bezeichnung man ihnen auch zuschreibt: Immer mehr Frauen und Männer wollen sich mit einem erneuten Aufbruch selbstverwirklichen und können mit dem Begriff „Ruhestand" nichts anfangen.

Chatten mit Oma
Vernetzt sein bedeutet jung bleiben

Entsprechend ihrem modernen Lebensstil sind die relativ betrachtet jüngsten Alten sehr offen gegenüber innovativen Technikanwendungen. **Laut Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) sind 51 Prozent der 55- bis 65-Jährigen mittlerweile regelmäßig online, bei den über 66-Jährigen nutzen immerhin 15 Prozent regelmäßig das Internet.** Immer mehr Ältere sind auch mobil im Internet unterwegs und besitzen ein eigenes Smartphone oder Tablet.
Vernetzt zu sein bedeutet für sie, jung zu bleiben. Sie bleiben in Kontakt mit der Wissensgesellschaft, die sich im Internet rasant weiterentwickelt. Und sie bleiben über Messenger-Dienste, soziale Netzwerke und Video-Telefonie in Kontakt mit ihren Familienangehörigen, Freunden und Bekannten. Mehr noch: Sie knüpfen neue Kontakte auf Plattformen und informieren sich in Blogs für ihre Altersgruppe, sie chatten, kultivieren neue Interessen und tauschen Erfahrungen aus.

14%

Bewährtes Wissen
Soziales Engagement im Alter

Auch in ihrem Alltag und im Haushaltskontext sind die über 55-Jährigen offen für die Digitalisierung: Sie haben Sharing-Plattformen wie *MyOma.de* entdeckt, auf denen sie ihre Erfahrung und ihr Wissen in soziales Engagement umsetzen können, indem sie Strickaufträge gegen kleines Entgelt ausführen. Wer lieber Gutes tut und dabei Sport treibt, kann sich bei *Kiezkaufhaus.de* anmelden und Bestellungen aus verschiedenen lokalen Läden zusammentragen und per E-Bike beim Kunden abliefern. **Knapp jeder Vierte kann sich vorstellen, künftig auf digitale Möglichkeiten zuzugreifen, um beispielsweise die eigenen Haushalts-, Koch- und Backerfahrungen weiterzugeben (23 Prozent); sechs Prozent haben diese Option schon einmal genutzt, nutzen sie regelmäßig oder wenigstens hin und wieder.** Einen vernetzten Haushalt und Vernetzung darüber hinaus begreifen die über 55-Jährigen zunehmend als Chance, ein aktives, unabhängiges Leben zu führen und dabei im Geist jung und weltoffen zu bleiben.

23%

Helfer fürs autonome Leben
Neue Netzwerke, neue Wohnformen

51%

71%

„Alt ist nur, wer zu Hause nicht mehr allein leben kann", darin sind sich zumindest 71 Prozent der Amerikaner einig, die in einer Studie des UBS Wealth Management befragt wurden. Die Maßstäbe, wann jemand als alt gilt, verschieben sich jedoch in allen Gesellschaften, die vom demografischen Wandel betroffen sind. So lange wie möglich in den eigenen vier Wänden unabhängig und selbstständig klarkommen, das wird zum wichtigen Ziel der Generation 55plus.

Immer früher beginnen Menschen über 55 Jahre daher, sich Gedanken über ein Leben im Alter zu machen und entsprechend ihre Wohnform zu überdenken. Wer in seinem unmittelbaren Umfeld niemanden hat, der ihn im Bedarfsfall im Haushalt unterstützen, helfen oder gar betreuen kann, ist immer öfter dazu bereit, die erweiterten digitalen Möglichkeiten zu nutzen und sich mit seiner Wohnumgebung zu vernetzen. Das Internet kann neue Formen der Nachbarschaftskommunikation schaffen, indem eine größere Anzahl von Menschen in einem weiteren Radius miteinander in Verbindung tritt, als es die Face-to-Face-Kommunikation in der Nachbarschaft je möglich gemacht hätte.

Wo sich Millennials mithilfe von Apps von Leuten aus dem Stadtteil Werkzeuge oder andere Gegenstände leihen, bietet der Mentalitätswechsel und gesellschaftliche Trend hin zu vermehrtem sozialen Engagement und einer Wir-Kultur älteren Menschen die Chance, kleine Hilfestellungen im Alltag per standortbasierter App zu erfragen: Aufgaben und Erledigungen können so an sozial engagierte Personen im Nachbarschaftsnetz adressiert werden. Schnell und unkompliziert können sie sich auf diese Weise gegenseitig helfen und aufeinander achten.

Geteilte Küche

Coworking im Home-Netzwerk

Bis zur Altersgruppe der 60- bis 65-Jährigen ist die Anzahl der Menschen, die alleine leben, heute erkennbar höher als vor 20 Jahren. **Vergleicht man jedoch die Alleinlebendenquote der über 65-Jährigen, lebt heute nur noch ein Drittel von ihnen alleine (33 Prozent), während es vor 20 Jahren noch 41 Prozent waren, wie Erhebungen des Statistischen Bundesamts zeigen**. Einer der Gründe dafür liegt in der gestiegenen Lebenserwartung der Menschen. Für eine gesunkene Quote an Alleinlebenden im Alter gibt es aber noch einen anderen Grund: Bei den Älteren wächst das Interesse und damit das Angebot an kollaborativen Wohnformen wie Mehrgenerationenhäuser, Senioren-WGs oder lose Wohn-Cluster jenseits von Seniorenheimen und betreutem Wohnen. Um nicht allein alt zu werden, scheuen sich die neuen Alten nicht, frühzeitig ihre Lebenssituation noch einmal zu überdenken und neue Wohnformen zu wählen – wenn es für sie von Vorteil ist und ihre persönliche Lebensqualität erhöht.

33%

In diesen Wohnformen entstehen neue soziale Kontakte und neue Versorgungsnetze. Küche und Esszimmer beispielsweise werden zu gemeinschaftlich genutzten Räumen und Hausarbeiten zu einer gemeinsamen Aufgabe. Wo der Haushalt nicht mehr in der Verantwortung Einzelner, sondern in den Händen vieler liegt, werden durch digitale Vernetzung in Zukunft neue Formen der kollaborativen Hausarbeit möglich: Informationen über den Kühlschrankinhalt, zu besorgende Lebensmittel, die gemeinsame Nutzung von Ofen oder Waschmaschine können so über ein Netzwerk dezentral gesteuert und organisiert werden.

Mehr-Generationen-Wohnen: Soziale Kontakte im Vordergrund

Foto: Fotolia

Wohlfühlort Küche

Der Haushalt als Komfortzone für mehr Lebensqualität

Aber auch im eigenen Haus oder der Wohnung selbst können neue Konzepte das autonome Leben bis ins hohe Alter erleichtern. Die Angehörigen der älteren Generation nehmen ihr Zuhause künftig immer mehr als einen neuen Komfort- und Möglichkeitsraum wahr, in dem sie ihre persönlichen Ansprüche erfüllen möchten. Ihre Umgebung wollen sie exakt so gestalten können, wie es für sie am bequemsten ist und ihren individuellen Bedürfnissen am besten entspricht. Sich unnötig tief zu bücken, bei der Küchenarbeit krumm zu stehen oder in riskanter Höhe zu hantieren, weil sich Hausgeräte und Kücheneinrichtungen in für sie ergonomisch ungünstigen Höhen befinden – das kommt für sie kaum noch in Frage. Auch bestehende Ausstattungen nach und nach mit altersgerechten Zusatzoptionen zu ergänzen ist für sie keine echte Lösung mehr – Kompromisse wollen sie immer weniger eingehen. **Denn mehr als die jüngeren Generationen empfinden sie die eigene (Wohn-)Küche als einen Wohlfühlort (34 Prozent)**, der ideal auf sie abgestimmt sein soll.

Komfortable Küchenwelten

Bedürfnisgerechtes Design gewinnt an Bedeutung

Für die Generation 55plus ist Lebensqualität ein zentraler Wert, der in einer personalisierbaren Lebensumgebung in der Küche mit höhenverstellbaren Arbeitsplatten, Oberschränken, Back- und Bratofen, in der Höhe variierbarer Spülmaschine und Waschmaschine künftig erfüllt werden kann. Dafür sind die über 55-Jährigen auch zunehmend bereit zu investieren. Und das schon lange, bevor sie aufgrund körperlicher Einschränkungen darauf angewiesen sind. Denn es geht ihnen nicht um altersgerechtes funktionales Defizit-Design, sondern um bedürfnisgerechte Komfortausstattungen. Und die können Menschen jeden Alters einen Mehrwert, eine Art neuen Luxus und mehr Lebensqualität durch optimalen Zugang bieten.
Bislang mussten viele Innovationen aus dem Medizin- und Pflegesegment, die sich als universal einsetzbar herausgestellt haben, zunächst einmal durch die Designschule, um das Image von Senioren- und Handicap-Produkten loszuwerden – und als ästhetischer Gewinn wahrgenommen zu werden. Dieser Schritt wird in Zukunft immer weniger nötig sein: Wohnumgebungen werden zukünftig direkt mit Fokus auf den Komfort- und Sicherheitsaspekt designt und somit enger an den individuellen Bedürfnissen der Menschen entlang entwickelt.

Alt und glücklich

Alte führen nicht ein defizitäres, sondern ein anderes Leben

Produkte, die an situativen Anforderungen orientiert sind, können die Lebensqualität auch bei altersbedingten körperlichen Einschränkungen sicherstellen. Das entspricht der neuen Perspektive der älteren Generation: Das Altern des menschlichen Körpers ist für die Generation 55plus keine Anomalie oder Krankheit, sondern ein natürlicher Prozess, den auch die leistungsfähigen, agilen Alten – das Idealbild in unserer Gesellschaft – mit der Zeit erleben. Die Generation 55plus betrachtet das Altern in Zukunft lediglich als eine Veränderung, nicht zwingend als eine Verschlechterung der Lebenslage: Wer alt wird, führt nicht ein defizitäres, sondern einfach ein anderes Leben.

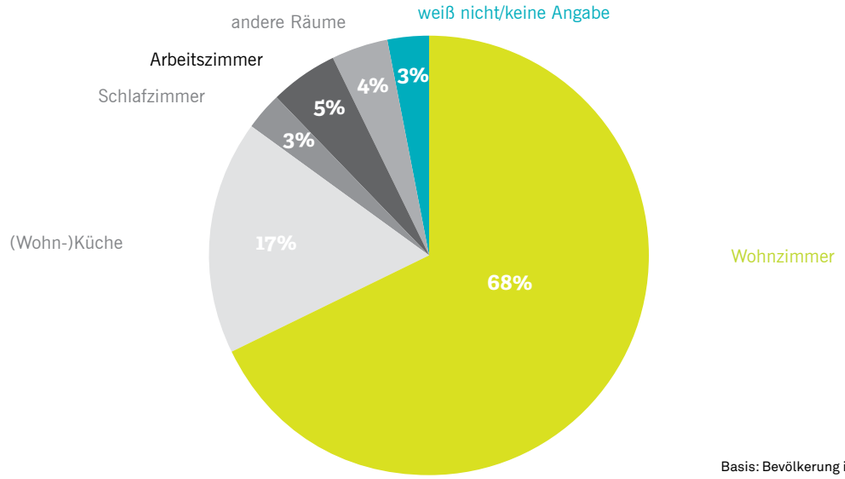
34%

Knapp jeder Dritte der Generation 55plus wünscht sich beispielsweise eine Küche, die mit den sich über die Zeit wandelnden Anforderungen einfach mitwachsen kann: Wenn sie könnten, würden sie die Einrichtung ihrer Küche gern häufiger verändern, um sie an ihre Bedürfnisse anzupassen (31 Prozent). Dabei geht es nicht nur um höhenverstellbare Einrichtungen, sondern um flexible Modularität und leicht steuerbare Wandelbarkeit in einem umfassenden Sinne. Dazu können vernetzte Hausgeräte im Connected Home künftig einen wichtigen Beitrag leisten.

31%

Räume für Lebensqualität

Welcher Raum für die Generation 55plus im Alltag am meisten Lebensqualität bedeutet



Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 55 Jahren
Quelle: Zukunftsinstitut

My ID-Kitchen

Benutzererkennung durch Sensoren

Sensoren in Wänden und Fußböden sowie die Vernetzung sämtlicher Geräte können in Zukunft dafür sorgen, dass sich die Einrichtung auf Wunsch auf denjenigen Bewohner einstellt, der beispielsweise gerade in der Küche arbeitet. Abhängig vom persönlichen Nutzer-Profil derer, die sich gerade darin aufhalten, können sich in Zukunft die Konfigurationen der Umgebung ändern. Auch das stellen sich drei von zehn Befragten im Alter von über 55 Jahren als wünschenswertes Komforterlebnis der Zukunft vor: **29 Prozent fänden es toll, wenn beim Betreten der Küche automatisch auf sie persönlich abgestimmte Einstellungen vorgenommen würden (z.B. Höhe der Arbeitsplatte, Beleuchtung, Musik etc.)**.

57%

29%

Um so lange wie möglich ohne fremde Hilfe leben zu können, nehmen die Älteren gern die Unterstützung hausinterner Technologien in Anspruch: **Dass intelligente Technik und digitale Vernetzung im Haushalt das Leben und den Alltag deutlich erleichtern können, dieser Aussage stimmt bereits jeder Dritte in der Generation 55plus zu (33 Prozent)**. Die digitalisierten Wohn- und Arbeitsumfelder des Connected Home bieten der Generation 55plus die Chance auf Unabhängigkeit und erweiterte Spielräume bis ins hohe Alter.

33%

Endlich: Kochen!

Smarte Geräte als Assistenz einer gesunden Ernährung

Das kann schon bei kleinen unterstützenden Leistungen beginnen: **Die Generation 55plus versteht es als Genuss und Spaß, in ihrer eigenen Küche selbst zu kochen (57 Prozent). Hohe Bedeutung hat dabei ihre Gesundheitsorientierung: Zwei Drittel legen Wert auf eine nährstoff- und vitaminschonende Zubereitung (66 Prozent). Und ebenso viele fordern explizit, dass Hausgeräte ihnen dabei helfen sollten, sich gesund zu ernähren (63 Prozent)**.

Tipps für abwechslungsreiche Ernährung, Inspiration und neue Ideen für ausgewogene Speisen, die den Spaß an gesundem Essen erhöhen, Online-Bestellmöglichkeiten bei spezialisierten Einzelhändlern, um auch mal ungewöhnliche Gerichte zu zaubern, für die sonst die Umwege zu groß wären – vieles ist für die Zukunft denkbar, wobei intelligente Hausgeräte künftig eine wichtige Funktion übernehmen können. Bei bekannten Vorerkrankungen könnten künftig am Inhalt von Kühl- und Vorratsschränken orientierte Rezeptvorschläge dabei helfen, eine auf medizinische Anforderungen abgestimmte Ernährung einzuhalten.

Unaufdringliche Helferlein

Medizinischer Checkpoint in der Küche

Für vergesslich werdende Menschen kann ein Connected Home darüber hinaus in Zukunft neue Chancen für eine regelmäßige medikamentöse Versorgung bieten: Ein vernetzter Medizinschrank in der Küche kann künftig die reguläre Medikamenteneinnahme per automatischer Ausgabe der Medizin und mit Erinnerungshilfe per Akustik- oder Lichtsignale gewährleisten. Der Inhalt kann dann etwa online nachbestellt und bei Bedarf von einem Dienstleister aufgefüllt werden. **Jeder vierte über 55-Jährige hat dabei kein Problem damit, wenn sich entsprechende Servicekräfte (z.B. Reinigungs- oder Haushaltshilfe, Techniker) mitunter unbeaufsichtigt in der eigenen Wohnung oder im eigenen Haus bewegen (25 Prozent)**. Denn sie wissen, dass ihnen solche Dienste beim selbstständigen Leben in den eigenen vier Wänden und darüber hinaus enorm nützen. Gleichzeitig ist vorstellbar, dass am Ort der Medikamentenverwaltung über intelligente Messoberflächen oder über vernetzte Wearables künftig ein Gesundheits-Checkup durchgeführt wird. Vitalwerte können so im Auge behalten, in der Cloud gespeichert und bei Unregelmäßigkeiten im Zweifelsfall automatisch an den Arzt übermittelt werden.

25%

Darüber hinaus kann digitale Technik im Haus zum persönlichen Health-Manager werden, der anhand der Gesundheitsdaten Fitnessprogramme an großen Bildschirmen vorschlägt oder spielerisch zu Gedächtnistrainings animiert.

Maschine denkt mit

Sicherheitsabschaltungen und Erinnerungsstützen

Neben der internen Komfortunterstützung erleichtert eine vernetzte Haustechnik in Zukunft die Kommunikation mit der Außenwelt: Der Nutzer kann über integrierte E-Health-Anwendungen online Informationen zu seinen Gesundheitsdaten abrufen oder sie an seinen Arzt schicken, um sich mit ihm darüber auszutauschen. Ebenso dienen sie künftig als Schnittstelle zu Lieferdiensten und Online-Händlern. Webplattformen für individuelle Kurzzeit-Hilfen wie Concierge-Dienste, Haushaltshilfen, Begleitung beim Arztbesuch oder sonstige Unterstützung können ein lokales Nachbarschaftsnetz ergänzen und eine Rundum-Versorgung jederzeit erreichbar machen.

Komfort und Unterstützung bieten vernetzte Hausgeräte auch, wenn sie Nutzer durch den Alltag begleiten: So zum Beispiel Kochstellen, die sich nach Ablauf der gewählten Kochzeit von selbst ausschalten oder die sich dann zur Sicherheit selbst abschalten, wenn sie lange Zeit in Betrieb sind, ohne dass eine Einstellung geändert wird. So selbstverständlich können intelligente Hausgeräte in Zukunft auch in anderen Situationen zu mehr Sicherheit und Effizienz beitragen. Lichtquellen und andere Elektronik, Heizung oder Klimaanlagen in ungenutzten Räumen können automatisch ausgeschaltet werden, wenn Bewohner schlafen gehen oder das Haus verlassen.

Im Connected Home ist für die Zukunft auch vorstellbar, dass auf Wunsch akustisch oder über ein zentrales Device wie das Smartphone oder Tablet gemeldet wird, wenn beispielsweise Essen nach dem automatisch beendeten Kochvorgang lange ungenutzt stehenbleibt oder wenn Wäsche nach dem Waschvorgang lange in der Maschine verbleibt, obwohl Bewohner zuhause sind. Es kann künftig an Termine im Kalender erinnern und darauf hinweisen, wenn regelmäßig verwendete Lebensmittel zur Neige gehen. Auch das ist bequem und kann gleichzeitig bei zunehmender Vergesslichkeit hilfreich beim Alltagsmanagement sein.

Brauche Hilfe!

Vernetzte Wohnumfelder als wachsames Auge

Viele Menschen, die auf Pflege und Betreuung angewiesen sind, bekommen diese derzeit nicht zu Hause, wo sie sie eigentlich gern hätten. Oftmals sind es jedoch nur bestimmte Tätigkeiten, die sie nicht mehr selbst ausführen können. Im Bereich der automatisierten häuslichen Pflege wird bereits seit Jahren geforscht. Wo bislang mit Pflegerobotern experimentiert wird, können in Zukunft dezentral installierte, vernetzte Hausgeräte den Menschen im hohen Alter das wachende Auge sein, das ihnen größtmögliche Unterstützung und Sicherheit bietet und im Zweifelsfall für sie einspringt.

Ein Monitoring und Tracking ihres Bewegungsmusters und ihrer Aktivität mithilfe von Sensoren kann in Zukunft mit Nachbarn, Verwandten oder Bereitschaftsdiensten vernetzt werden und dort Alarm auslösen, wenn hilfsbedürftige Personen gestürzt sind oder über zu lange Zeit keine Aktivität mehr festgestellt wird. Kann der Bewohner bestimmte Entscheidungen nicht mehr selbstständig treffen, etwa beim Einkaufen, kann das Connected Home in solchen Fällen die Entscheidung nach bisherigen Gewohnheiten selbst übernehmen – oder in anderen Fällen Kontaktpersonen einbeziehen oder professionelle Dienstleister anfordern.

Das Connected Home gewinnt für die Generation 55plus im hohen Alter dann an Wert, wenn es im Ernstfall mit Dritten kommuniziert und Unregelmäßigkeiten beispielsweise bei den Gesundheitswerten direkt an Ärzte oder eine Kontaktperson sendet, sodass diese notfalls Kontakt aufnehmen können. Mehr noch: Sind Bewohner nicht mehr in der Lage, bestimmte Dinge selbst zu steuern, ist das Connected Home der Zukunft potenziell in der Lage, Hilfestellung von Dritten aus der Ferne zu ermöglichen: Verwandte und medizinisches Personal können dann das Haus per Remote-Anwendungen ansteuern und verschiedene Checks machen oder beispielsweise die Dosierung von Medikamenten an die aktuellen Körperwerte anpassen.

Menschen, die ansonsten in eine betreute Wohnumgebung müssten, können sich mit einem solchen integrierten Home & Health-Management und der Anbindung von Assistenzen künftig den Wunsch nach einer lang anhaltenden hohen Lebensqualität erfüllen.

Das Minimax-Prinzip

Hohe Anforderungen an die Komfort-Bedienung der Zukunft

Für 71 Prozent der Befragten über 55 Jahren ist ein einfaches und unkompliziertes Design bei der Bedienung von intelligenten Hausgeräten unerlässlich. Andernfalls empfinden sie derartige Technik schnell als kompliziert und überflüssig (51 Prozent). Dabei erwartet die Generation 55plus durchaus, dass ihnen vernetzte Hausgeräte einen großen Funktionsumfang bieten. Die Herausforderung für Hersteller ist allerdings groß: **Denn einerseits möchten 60 Prozent der über 55-Jährigen möglichst viele Einstellungen bei Hausgeräten individuell vornehmen können, andererseits sagen 64 Prozent, dass Hausgeräte wie Waschmaschine, Spülmaschine, Backofen, Mikrowelle etc. heute schon oft mehr Funktionen und Programme haben, als sie tatsächlich nutzen möchten**. Sie brauchen also flexibel einstellbare Nutzerprofile, die dann im täglichen Gebrauch aber hinter einer reduzierten, intuitiven Bedienoberfläche mit nur ausgewählten Funktionen verschwinden.

71%

51%

60%

64%

Anfassen ist wichtig

Steuerung als multisensorisches Erlebnis

Einfach steuerbar werden vernetzte Hausgeräte für ältere Menschen über eine zentrale App, die sich über einen Bildschirm, ein transportables Tablet bedienen lässt, oder über Gestensteuerung oder berührungsempfindliche integrierte Oberflächen, die je nach Bedarf programmierbar sind. Über 55-Jährige möchten eine eindeutige Kommunikation vom Interface an den Nutzer: Es muss klar und deutlich abgebildet werden, was eine Berührung auf dem Touchscreen gerade bewirkt. Je größer das Sinneserlebnis ist, desto unmittelbarer können die Menschen die Funktionsweise von vernetzter Digitalität nachvollziehen.

Dabei geht es nicht nur darum, digitale Vernetzung besser zu verstehen. Es geht auch um das rein physische Erleben: Mehrere Sinne gleichzeitig zu bedienen, steigert das Wahrnehmungserlebnis und kann gleichzeitig eine im Alter abnehmende Sensibilität einzelner Sinne auffangen. Das akustische und visuelle Feedback auf Bildschirmen kann in Zukunft ergänzt werden durch ein weiteres sensorisches Feedback auf der Touch-Oberfläche. Das denken beispielsweise Autohersteller bereits für die mechanische Rückmeldung von Touchterminals in Fahrzeugen durch. Eine verminderte Seh- oder Hörleistung, wie sie nicht selten im hohen Alter auftritt, wird damit erst gar nicht zum Problem im Umgang mit Connected-Home-Anwendungen. Genauso kann eine flexible Steuerbarkeit wahlweise per Touch, Stimme oder Gestik den Umgang mit der Technik aus allen persönlichen Situationen heraus einfach halten.

Für den Komfort werden künftig mehr und mehr technische Geräte zuständig sein

Foto: Fotolia

Achtung, Demütigungsfalle

Das Connected Home als flexible Pflegekraft der Zukunft

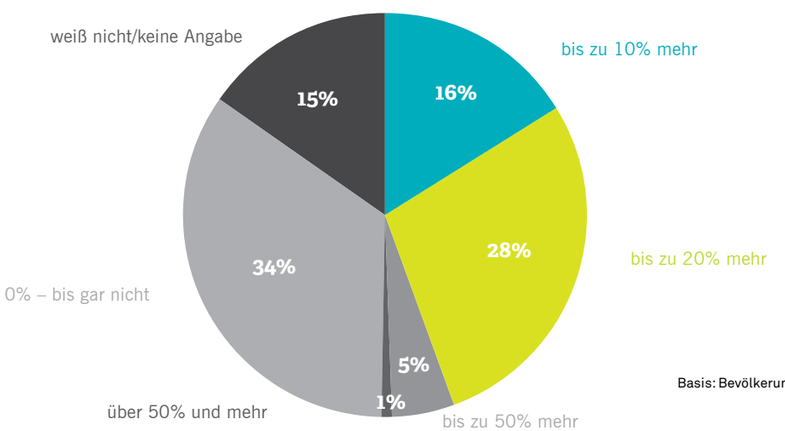
Wenn das Connected Home zur Pflegekraft der Zukunft wird, muss sichergestellt sein, dass es nicht zu einer entmündigenden Instanz wird. Funktionalitäten von Geräten müssen frei wählbar bleiben, um die Grenze zwischen Komfort und Fremdbestimmung beim Einsatz von Maschinen zu wahren. Sollen nur die Höhen angepasst werden? Oder soll sicherheitshalber auch die automatische Abschaltautomatik bei den Hausgeräten aktiviert werden, sobald die Küche verlassen wird? Soll sich die vernetzte Technik im Haus im vermeintlichen Notfall mit Verwandten oder dem Notdienst in Verbindung setzen? Soll der Kühlschrank Lebensmittel automatisch nachbestellen dürfen?

Darüber hinaus spielt das Thema Datenschutz beim Connected Home eine wichtige Rolle: **76 Prozent der Generation 55plus betonen, dass ihnen bei Geräten und technischen Systemen im Haushalt, die mit dem Internet verbunden sind, der Schutz ihrer Daten und ihrer Privatsphäre sehr wichtig ist**. Um sie von der Technik zu überzeugen, muss für sie daher jederzeit transparent sein und kontrollierbar bleiben, welche Daten an wen übermittelt werden. So können Menschen auch in sensiblen Situationen im hohen Alter das Gefühl eines selbstbestimmten und qualitätsvollen Lebens behalten.

76%

Aufpreisbereitschaft für intelligente Hausgeräte

Wie viel mehr die Generation 55plus bereit wäre, für intelligente, vernetzte Hausgeräte im Vergleich zu herkömmlichen zu bezahlen, wenn diese ihnen Aufgaben abnehmen würden



Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 55 Jahren
Quelle: Zukunftsinstitut

04
FAZIT

Rundum vernetzt
Komplettes Alltagsmanagement

Vernetzte Hausgeräte werden in Zukunft eine zentrale Rolle in den Arbeits-, Wohn- und Freizeitwelten der Menschen einnehmen. Sie werden zukünftig sowohl über das Internet mit ihrem Benutzer kommunizieren, über ihren Status informieren und Steuerungsbefehle empfangen, als auch selbstständig komplexe Aufgaben in der Hausarbeit erledigen. Den Schnittstellen der Geräte – nicht nur zum Benutzer und anderen Geräten, sondern auch zu dessen Daten-Cloud und zu Dritten wie etwa Online-Services – wird dabei eine essenzielle Bedeutung zukommen. Sie ermöglichen ein Whole Home Management, das sich in Zukunft auch großteils selbst steuern wird: Die umfassende Vernetzung des Haushalts ist der nächste Schritt der Digitalisierung im eigenen Heim.

Zeit ist wertvoll
Eigener Haushalt wird zum Dienstleister

Mit ihrem zunehmend vernetzten Lebensstil fordern die Menschen immer mehr, dass ihr Haushalt zu ihrem modernen Dienstleister wird. Vernetzung – so haben sie bereits in vielen Lebenssituationen erfahren – macht das Leben bequemer und kann die Lebensqualität maßgeblich erhöhen. Das wollen die Menschen in ihren eigenen vier Wänden und darüber hinaus erleben. Home Automation bietet ihnen die Chance auf neue Lebenswelten: Sie werden freier und unabhängiger von Hausarbeit, werden flexibler und spontaner und gewinnen mehr Zeit für das, was ihnen wirklich wichtig ist. Der Wunsch nach Zeitersparnis durch moderne Hausgeräte, den im Schnitt 72 Prozent der Gesamtbevölkerung äußern, ist in allen Generationen gleich stark ausgeprägt.

Auf den Menschen schauen
Mehrwert durch Bedürfnisorientierung

Umso wichtiger wird es in Zukunft, dass die entsprechende Technik eng entlang der Bedürfnisse der Menschen entwickelt wird, und nicht aus einem Selbstzweck technischer Innovationsfähigkeit heraus. Vernetzte Hausgeräte müssen mit einem einfachen und unkomplizierten Design überzeugen, das 69 Prozent der Menschen für unabdingbar halten. Der Mehrwert muss deutlich erkennbar sein, aber die Komplexität der Funktionen hinter einer optionsreduzierten Benutzeroberfläche zurücktreten. Mehr als die Hälfte der Deutschen findet, dass die Optik der Küchengeräte die Technik nicht hervorheben darf, sondern dass sie sich unauffällig in die Umgebung einfügen sollte (56 Prozent).

Allen voran ist die Jugend
Die Jüngsten adaptieren am schnellsten

Die generationenspezifische Betrachtung von möglichen Nutzungsszenarien zeigt die gesamte Breite der Einsatzmöglichkeiten vernetzter Technik in der Küche und im Haushalt. Dabei wird deutlich: Die junge Generation der Millennials hat eine durchgehend höhere Affinität zu digitaler vernetzter Haustechnik als die älteren Generationen. Entsprechend zeigt sich bei ihnen auch eine höhere Aufpreisbereitschaft. Die Differenzen bilden aber keine grundsätzlichen Interessensunterschiede zwischen den Menschen der verschiedenen Generationen ab, sondern lediglich Tendenzen in der Adaptionsgeschwindigkeit in puncto neue Technologien.

Lebenswelten-Kaleidoskop
Interessenschwerpunkte unterschiedlicher Generationen

Die generationenspezifische Betrachtung von möglichen Nutzungsszenarien zeigt die gesamte Breite der Einsatzmöglichkeiten vernetzter Technik in Küche und Haushalt.

16-35

- **Erlebnis und Kommunikation** – das sind die zentralen Bedürfnisse der **Millennials**, wenn sie sich in vernetzten Welten bewegen. Ein Connected Home muss für sie **Zugriff auf die Welt der Social Networks** bieten – und andersherum. Sie wollen **Online-Rezepte mithilfe von Küchengeräten umsetzen**, dabei chatten und Videos drehen. Und zugleich eine gute Zeit mit Freunden haben, egal ob virtuell oder real. Ob das im eigenen Haushalt oder in einem fremden stattfindet, ist für sie zweitrangig. Als Kunden sollten sie eng an der Entwicklung neuer Funktionen **beteiligt werden**, denn sie sind beides: technik-affin und -kritisch.

36-54

- **Service und Gesundheit** – um die Themen dreht sich alles bei der **Generation Rush Hour**. Ein Connected Home ist für sie eine **Dienstleistung**, die ihnen das Leben leichter machen soll. Sie erwarten einen **intelligenten Rundum-Service**, der ihnen und ihrer Familie Arbeit im Haushalt und in der Küche abnimmt. Zu einem automatisierten Alltagsmanagement gehört für sie selbstverständlich ein **Schnittstellendesign**, das sowohl Daten aus der persönlichen Gesundheits-Cloud einbezieht, als auch den Kontakt zu allen vorstellbaren **externen Dienstleistern** ermöglicht.

55+

- **Komfort und Lebensqualität** – das erwarten sich Menschen der **Generation 55plus** von einem Connected Home. Ihnen muss eine **personalisierbare Umgebung** geboten werden, die nicht nur die Funktionsweise und den Funktionsumfang von vernetzten Hausgeräten regelt, sondern auch die „Hardware“ berücksichtigt: Ältere Menschen möchten in ihrer Küche und ihrem Haushalt alles selbst erreichen und bedienen können. Wo das nicht mehr möglich ist, soll ihnen ein Connected Home **Unterstützung und Sicherheit** bieten: Abschaltautomatiken, Erinnerungsservices und Bewegung registrierende Sensoren sollen ihnen die Chance geben, so lange wie möglich unabhängig zu leben oder schnell **Hilfe von außerhalb** zu bekommen.

Personalize me!
Die individuelle Lebenssituation ist entscheidend

Die geschilderten Nutzungsszenarien ergänzen sich, anstatt sich auszuschließen. Neue Gerätefunktionen, neue Haushaltskonzepte mit multifunktionalen Geräten und auch neue gemeinschaftsorientierte Wohnformen sind generationsübergreifend für alle Menschen attraktiv. Worin sie sich unterscheiden, ist ihre persönliche Lebenssituation. Für jeden Menschen wird damit letztlich individuell und je nach Lebensstil und situativen Alltagsanforderungen eine andere Facette des Connected Home wichtig sein, die nicht zwingend mit seinem Alter zu tun haben muss.

Optionen bieten
Smart Home als offenes Konzept

Das Connected Home der Zukunft muss als offenes und optionsreiches Konzept gestaltet sein, das immer wieder neu auf die persönlichen Bedürfnisse der Menschen zugeschnitten werden kann. Unternehmen müssen sich darauf einstellen, Kooperationen mit externen Servicepartnern als sinnvolle und vielversprechende Ergänzung der Hausgerätetechnik einzugehen.

Körperlose Roboter
Intelligente Automatisierung

Der große Vorteil eines Connected Home für die Menschen ist die Chance, Hausarbeiten zu automatisieren. Hilfreich sind dabei aber nicht humanoide Roboter, die sich in ihrer Wohnung bewegen und in der Küche Geschirr spülen und Gemüse schnippeln. Im Gegenteil: Dezente, intelligent vernetzte Technik ist dann gut und sinnvoll, wenn sie genau an den Orten und in den Geräten zur Verfügung steht, wo sie wirklich nützlich ist.

Methodisches Vorgehen

Die Grundlage für die Studie bildet eine umfassende Trendanalyse, für die themenrelevante Studien und Trend-Reports des Zukunftsinstituts sowie Untersuchungen anderer Institute, von wissenschaftlichen Instituten, Agenturen, Verbänden etc. ausgewertet wurden. Zusätzlich wurden in einem thematischen Screening unterschiedliche Quellen, Artikel und Berichte im Hinblick auf die Fragestellung analysiert. Die Trend-Datenbank und Megatrend-Dokumentation des Zukunftsinstituts, Marktanalysen, Statistik- und Marktforschungsdatenbanken bildeten weitere Grundlagen des Research.

Parallel dazu wurden in einer bundesweiten repräsentativen Umfrage im Juni 2015 in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov Deutschland 1049 Personen im Alter ab 16 Jahren befragt. Die Ergebnisse wurden in der Gesamtanalyse gespiegelt und vor dem Hintergrund relevanter Trend-Insights unter Einbeziehung von Fachleuten aus dem Expertenumfeld des Zukunftsinstituts interpretiert und bewertet.