

# NUTZUNG VON SMARTWATCHES

Main Facts der gemeinsamen Studie vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., DAYONE GmbH und defacto digital research GmbH zur Verbreitung und Nutzung von Smartwatches in Deutschland.

**BVDW**

Wir sind das Netz

## PUSH TO WATCH

**25 Mal**

pusht die Smartwatch im Durchschnitt pro Tag.

Bei **40%** der Apps wurden aufgrund irrelevanter Informationen die Push-Benachrichtigungen ausgestellt.

## HERSTELLER

**40%** der User nutzen eine Smartwatch von **Apple**,  
**30%** der User nutzen eine Smartwatch von **Samsung**.

## UHR

Für **80%** der Befragten ist die Smartwatch hauptsächlich eine **Uhr**.

## LOKALE RELEVANZ

**43%** interessieren sich für Informationen über Produkte und Sonderangebote ihrer Lieblingsmarke direkt beim Betreten des Lieblingsladens.

## AKTION

**69%** nutzen ihre Smartwatch aktiv beim Sport und in der Freizeit.

## EIGENINITIATIVE

**77%** erwarten, dass die Smartwatch von selbst „pusht“, wenn es relevante Neuigkeiten gibt, ohne dass der Nutzer selbst aktiv werden muss.

## KOMMUNIKATION

**66%** nutzen ihre Smartwatch, um damit **Textnachrichten** anzusehen.

## NUTZUNG

**55%** der User tragen die Uhr jeden Tag.

## VERWEILDAUER

ca. **40%** schauen maximal **10 Sekunden** auf ihre Smartwatch.

## LIEBLINGS-APPS

**WhatsApp** und **Wetter** sind die Lieblings-Apps der Nutzer.

Die Zielsetzung der Studie war die Analyse zur Akzeptanz, Nutzung und Werbepotenzial von Smartwatches. Die Umfrage wurde im Rahmen einer Online-Befragung durchgeführt. (Stichprobe n=504; Zeitraum März 2016) Die Zielgruppe waren Smartwatch-User in Deutschland im Alter von 18 – 79 Jahren. Bei der Umfrage lag der Anteil an Frauen bei 47% und der Anteil der Männer bei 53%. Mehr Informationen zur Studie finden Sie unter [www.domobile.org](http://www.domobile.org)