



Telefon-Pressekonferenz

IT in Sport und Freizeit im Jahre 2015 – Vorstellung der Zukunftsstudie „Mobile Motion Tracking Services“ von VDI Technologiezentrum und BITKOM

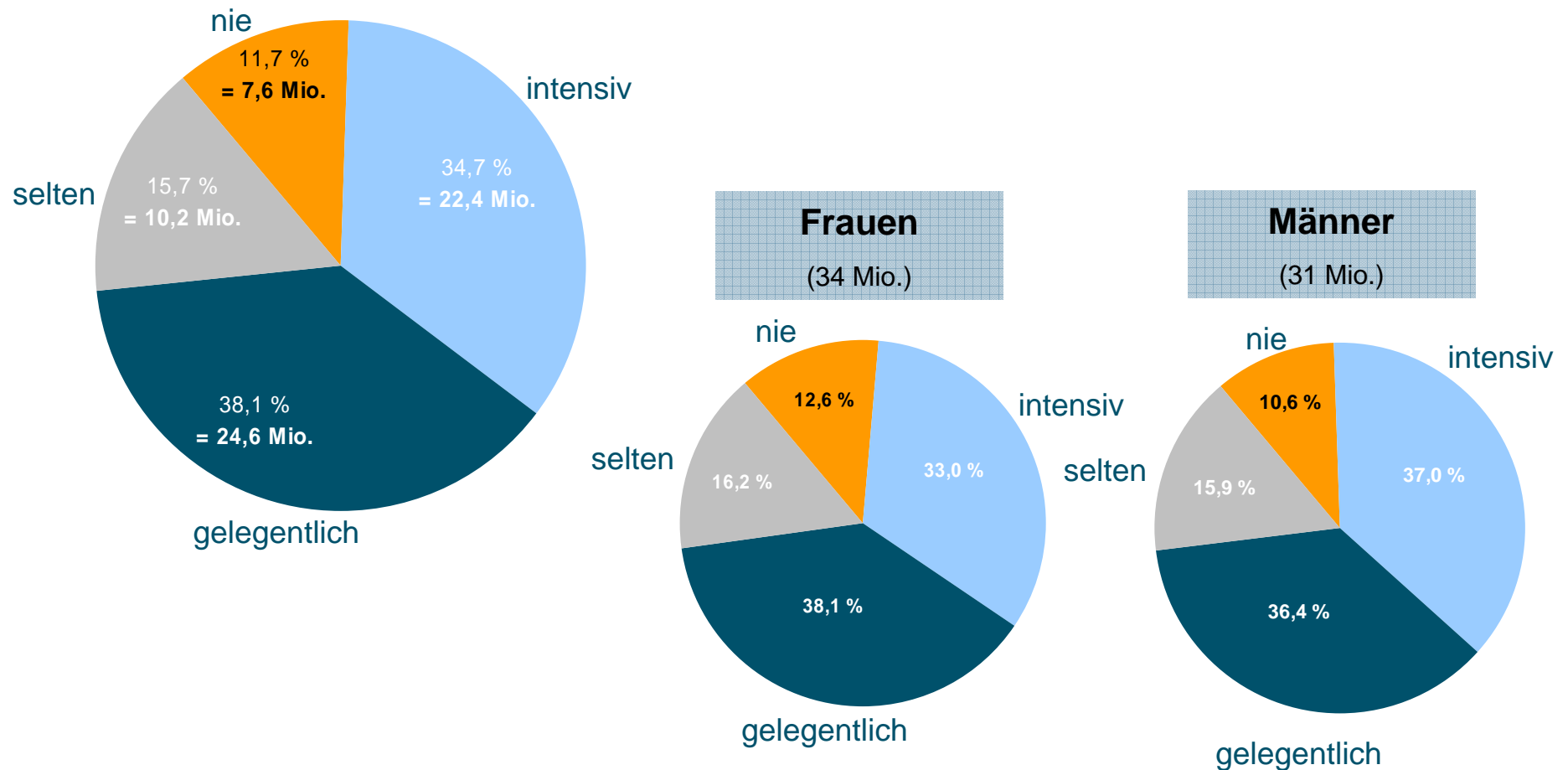
Berlin, 30. Januar 2007

47 Millionen potenzielle Nutzer

Anzahl der Sportler in Deutschland



Antwort auf die Frage: „Wie oft treiben Sie in Ihrer Freizeit Sport?“

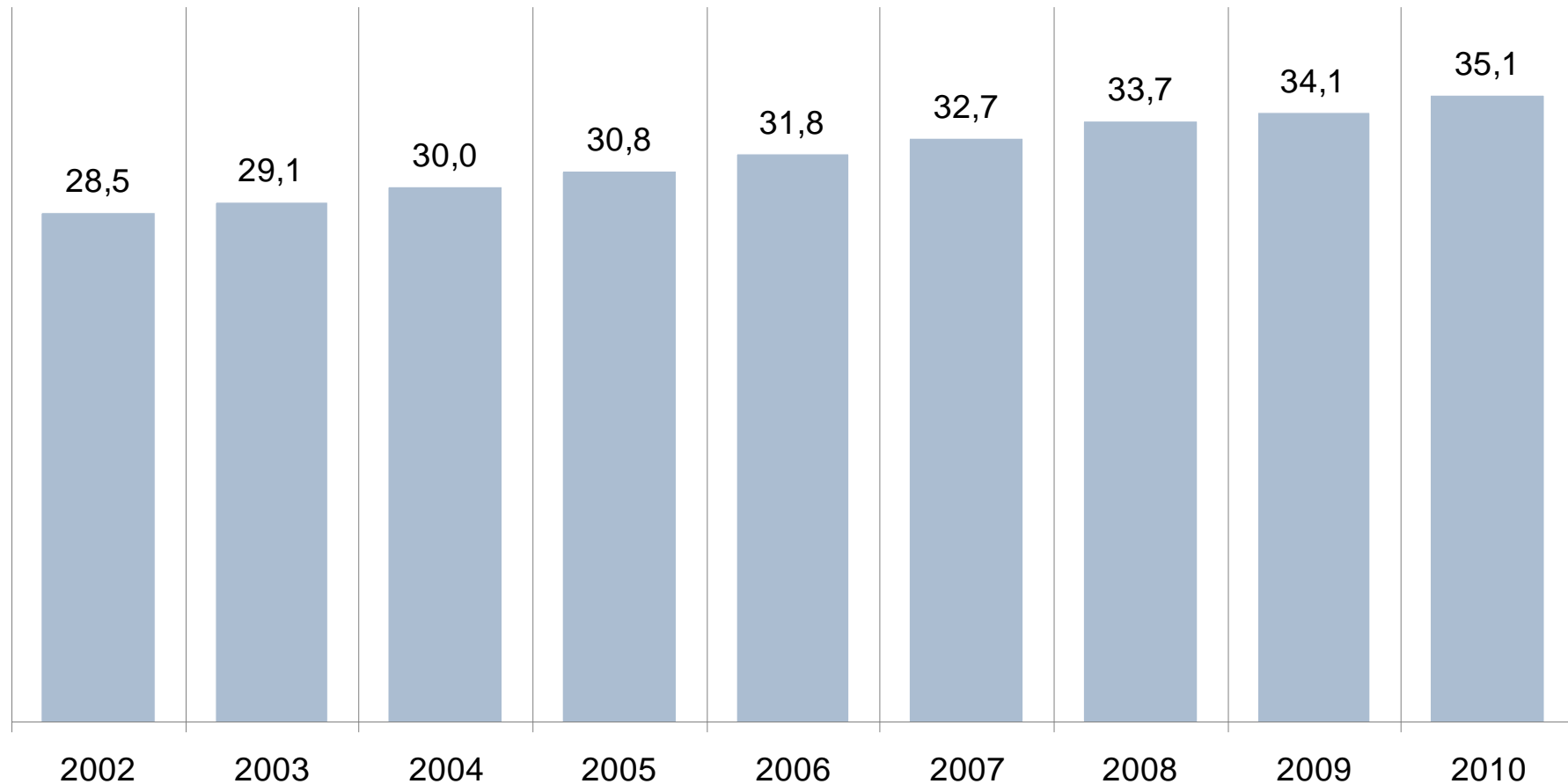


Gesamtbevölkerung = 64,72 Mio. Personen ab 14 Jahre

Quelle: TdW Intermedia: Typologie der Wünsche 04/05. Menschen – Medien – Märkte, 2004.

Milliardenmarkt Sport in Deutschland

Entwicklung des sportbezogenen BIP in Mrd. Euro

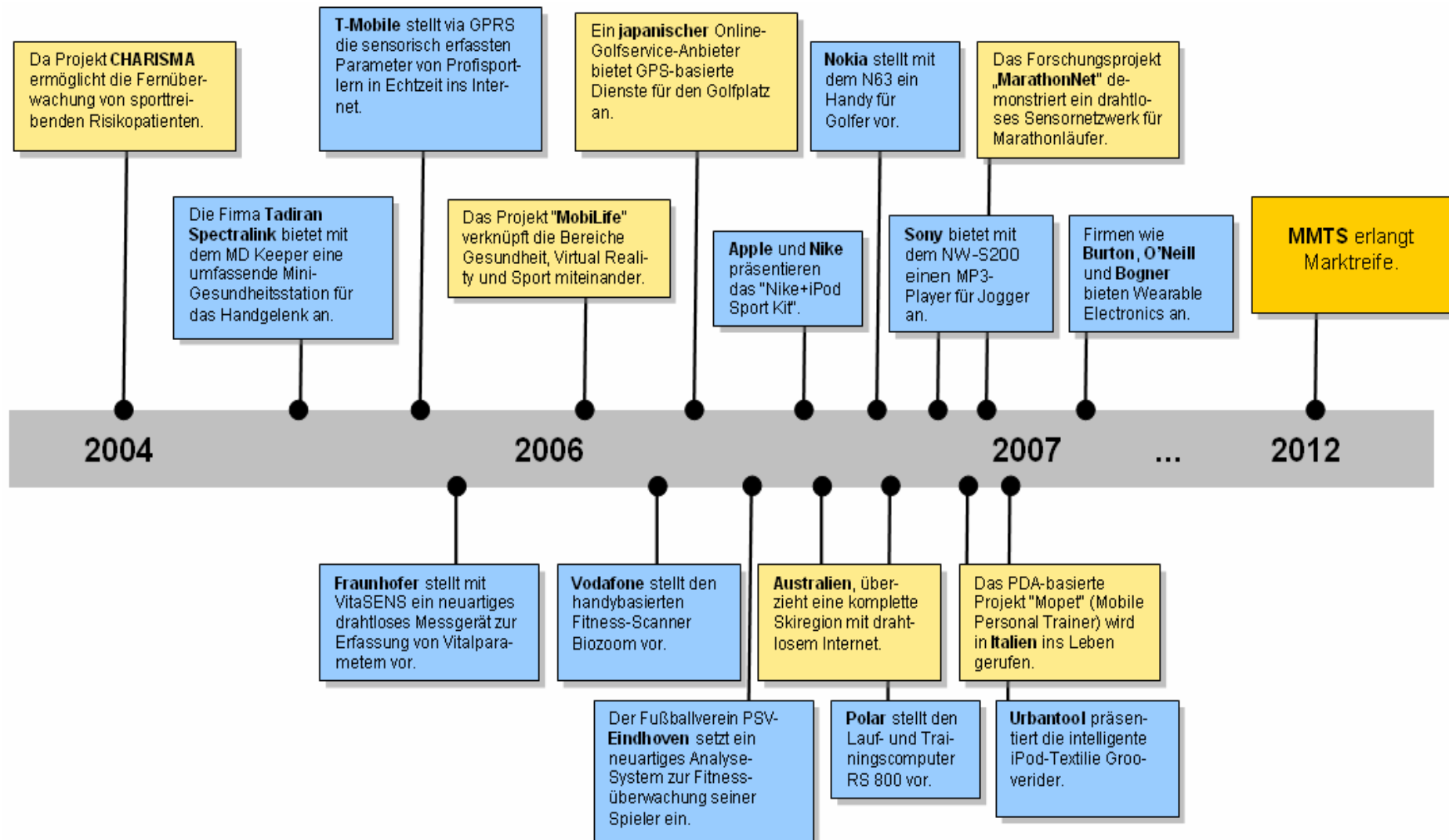


Quelle: Gerhard Trosien: Sport in der wirtschaftlichen Entwicklung, 2004

Sportbezogenes Bruttoinlandsprodukt = Gesamtwert aller im Zuge sportbezogener Aktivitäten im Inland produzierten Waren und Dienstleistungen innerhalb eines Jahres in Marktpreisen.

Rasende Entwicklung

Entwicklungsbeispiele in Richtung MMT-Services



- Körpereinsatz und Bewegungsabläufe erfassen und mit Sportbetreuern durchsprechen
- Mannschaftsüberwachung durch Trainer in Echtzeit
- Bewegungsanalyse in Verbindung mit Vitalwerten
- Effizienzsteigerung des Trainings (Kraft- und Bewegungssensoren)
- Sportleistungen und -erlebnisse dokumentieren und mit Medien dramatisieren (Online-Communities, Weblogs, Games)
- Intelligente Textilien (Lifeshirts): Statt festgeklebter Bänder um Brustkorb und Bauch tragen Sportler leichte, mit leitenden Fasern durchwebte Westen, die Puls, Herzfunktion und Körperhaltung auswerten
- Intelligente Textilien (spezielle Trikots): Fußballtrainer überwachen dank integrierter Puls- und Schweißmessgeräte Körperfunktionen und Verfassung ihrer Spieler (rechtzeitiger Spielerwechsel)

Skibrille als Schnittstelle

Bewegungs- und Umfeldinfos für Sportler netzhautnah



In 5 -10 Jahren: Neu entwickelte Display-Technologien (z.B. organische LEDs und transparente Dünnschicht-Transistoren) versorgen Skifahrer mit Sensorinformationen zu Umfeld und Körpereinsatz



Bild: VDI-TZ, BITKOM

Der vernetzte Skifahrer

Sensoren, Personal Server, Funknetze

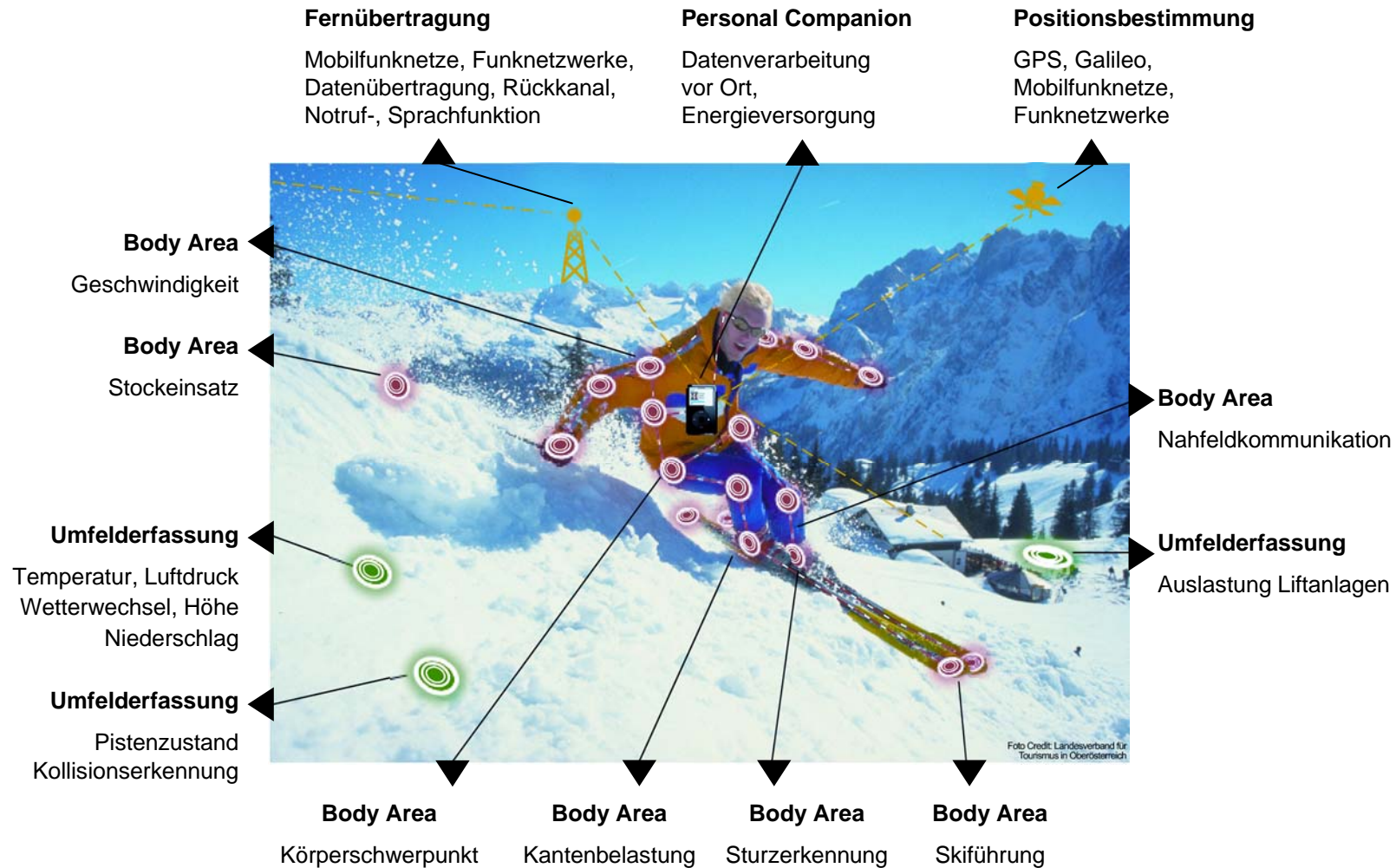
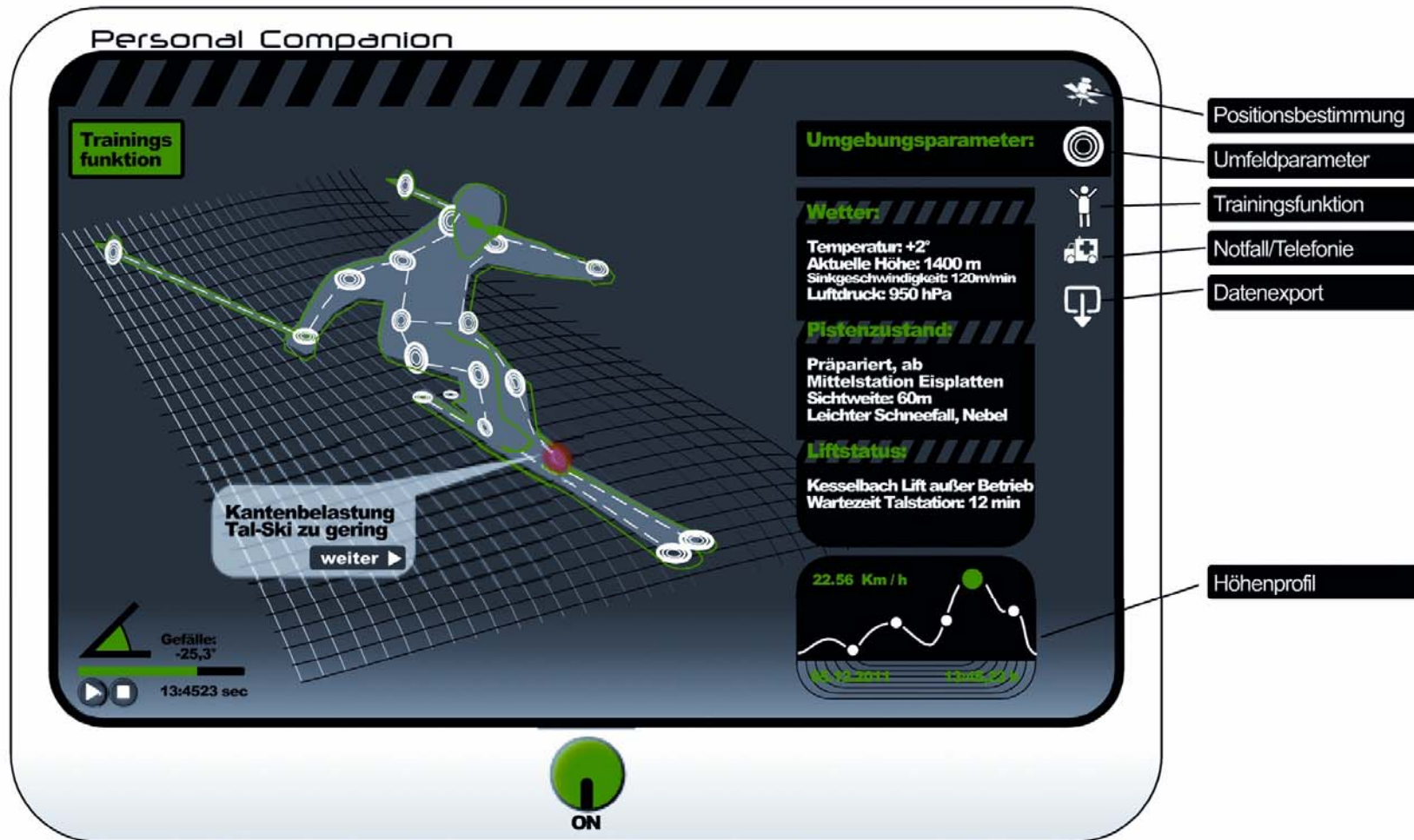


Bild: VDI-TZ, BITKOM

Der Personal Companion

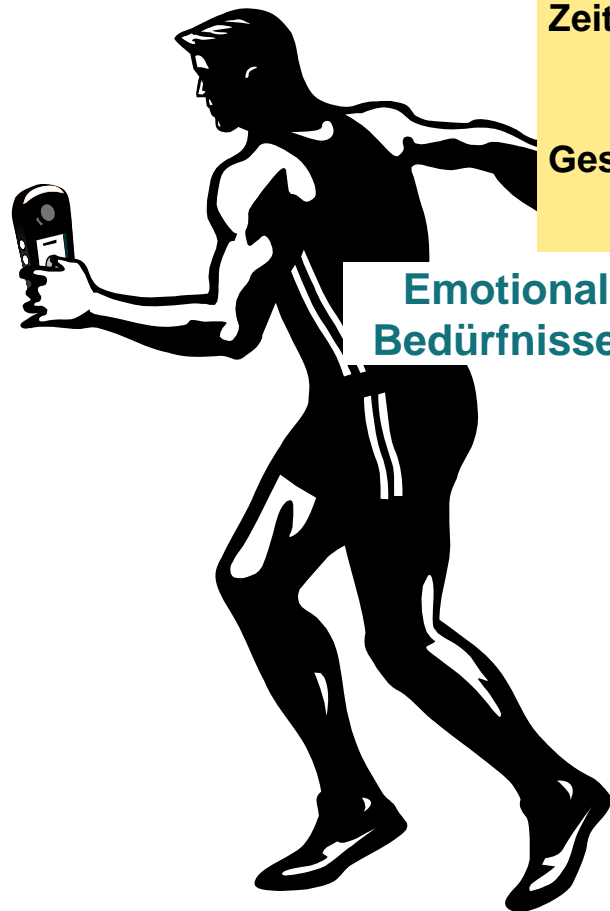
Sammel- und Übermittlungseinheit der Daten



© VDI-ZTC / BITKOM

Rationale und emotionale Bedürfnisse

Attraktivität von MMTS für den Sportkonsumenten



Rationale Bedürfnisse:

Effizienz

- Optimierung der Trainingsleistung
- Trainieren wie die Profis

Zeitersparnis

- schnellere Lernkurve
- Indoor-Vortrainieren

Gesundheit

- dosiert und gesund trainieren
- Verletzungsrisiken erkennen und mindern

Emotionale Bedürfnisse:

Motivation/Spaß

- Sofort und zeitnah Erfolgserlebnisse (z.B. Sie haben Muskelmasse aufgebaut)
- Geschicklichkeit und Geschmeidigkeit trainieren
- abwechslungsreiches Training
- Gruppenerlebnisse

Quality Time

- entspannter, unbekümmerter Sport treiben
- auf Genuss konzentrieren können

Spieltrieb und Selbstdarstellung

- Erfolgserlebnisse „konservieren“, Weblogs, etc.
- Multimediaanbindung, Integration in Videospiele, etc.

Erst der Spaß, dann die Gesundheit

Motive für Sporttreiben



Primärmotive

Positive Motivation

- Spaß (80 %)
- Gesundheit (65 %)
- Fitness (48 % / 44 %)

Negative Motivation

- Stress-Abbau (34%)
- Bewegungsmangel-Ausgleich (33%)
- Ausgleich zur Arbeit (29 %)

Psychische Motivation

- Sich Wohlfühlen (23 %)
- Zeitvertreib (13 %)
- Erfolgserlebnis (13 %)
- Stärkung des Selbstvertrauens (8 %)

Physische Motivation

- Kondition stärken (27 %)
- Gut für die Figur (21 %)
- Körperliche Herausforderung (17 %)
- Körpererfahrung (8 %)

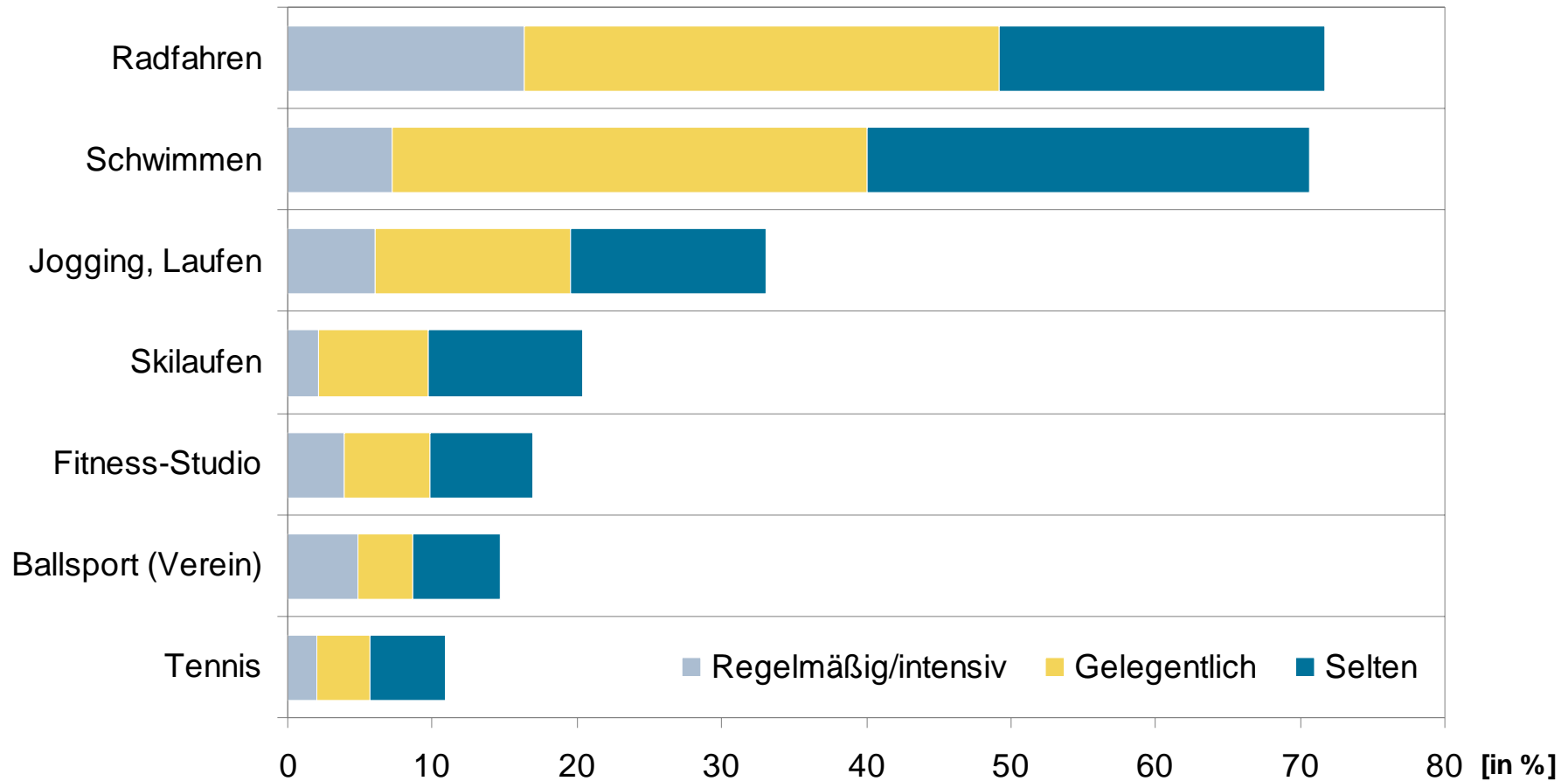
Negative Motivation

- Stress-Abbau (34%)
- Bewegungsmangel-Ausgleich (33%)
- Ausgleich zur Arbeit (29 %)

Repräsentativbefragung auf der Basis von 2.000 Personen ab 14 Jahren 2003 in Deutschland
(BAT Freizeit-Forschungsinstitut 2006)

Radfahren und Schwimmen beliebt

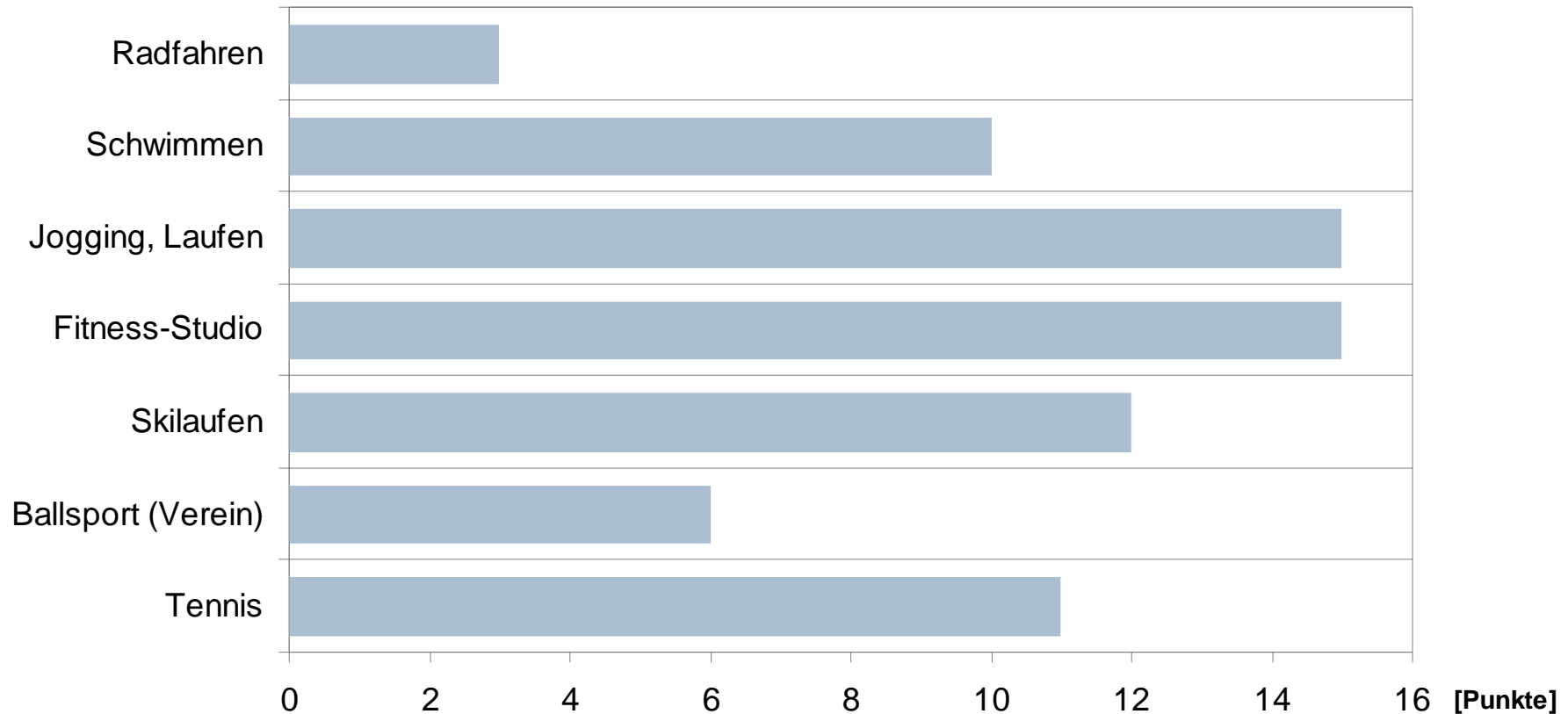
Sportarten der Deutschen nach Intensität (2004)



Quelle: TdW Intermedia: Typologie der Wünsche 04/05. Menschen – Medien – Märkte, 2004

Markttreiber Joggen und Fitness-Studio

Chancen für MMTS bei ausgewählten Sportarten

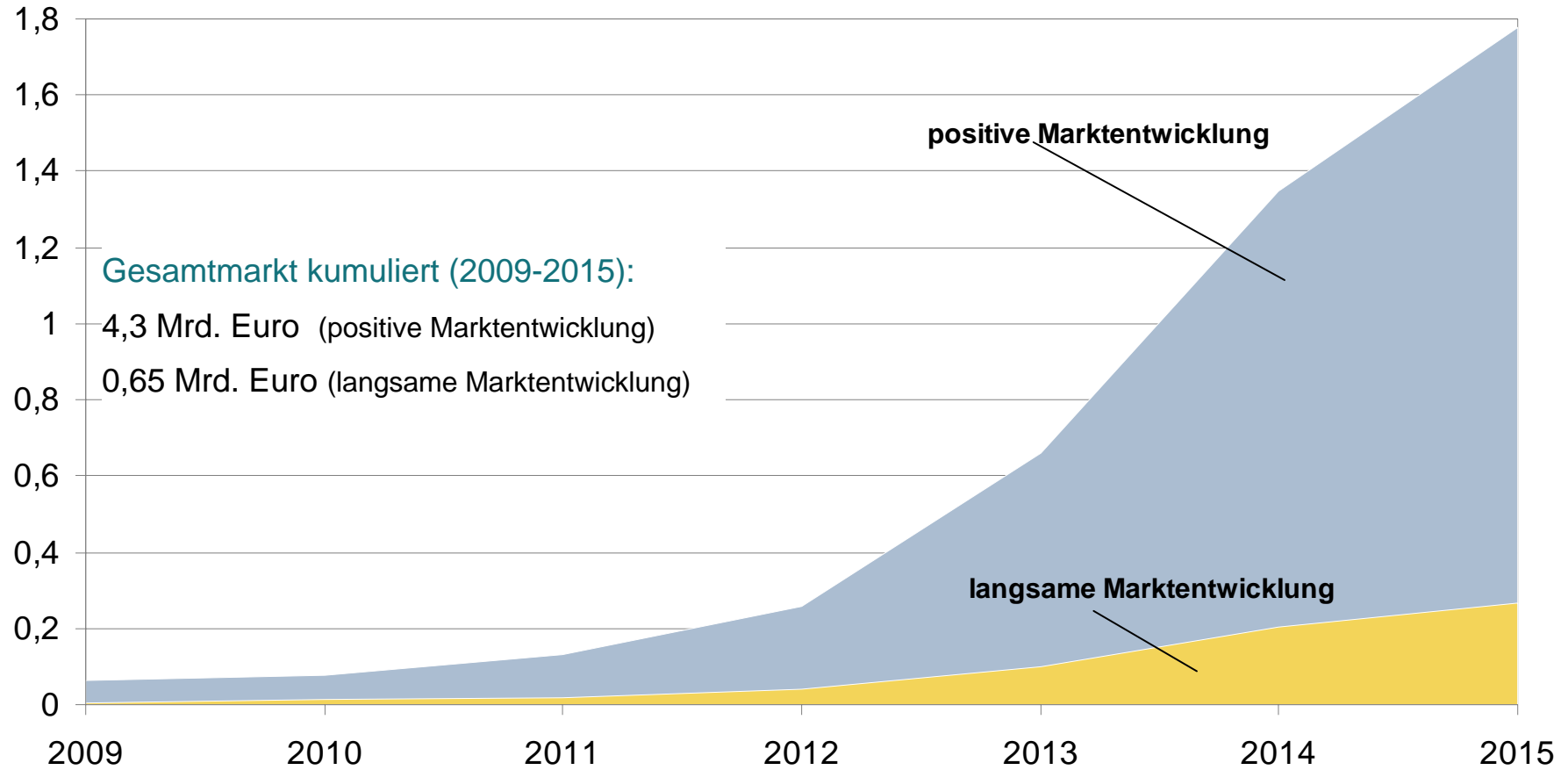


Bewertungskriterien:

- Merkmale der Sportart (Verarbeitung, Komplexität, etc.)
- Merkmale der Nutzergruppen (Freizeit-/Profisportler, Einkommen, etc.)
- Mehrwert durch MMTS (Trainigseffekt, Verletzungsgefahr, etc.)

Fast 2 Mrd. Euro Umsatz möglich 2015

Marktpotenzial von MMTS im Sport in Deutschland in Mrd. Euro





Telefon-Pressekonferenz

IT in Sport und Freizeit im Jahre 2015 – Vorstellung der Zukunftsstudie „Mobile Motion Tracking Services“ von VDI Technologiezentrum und BITKOM

Berlin, 30. Januar 2007