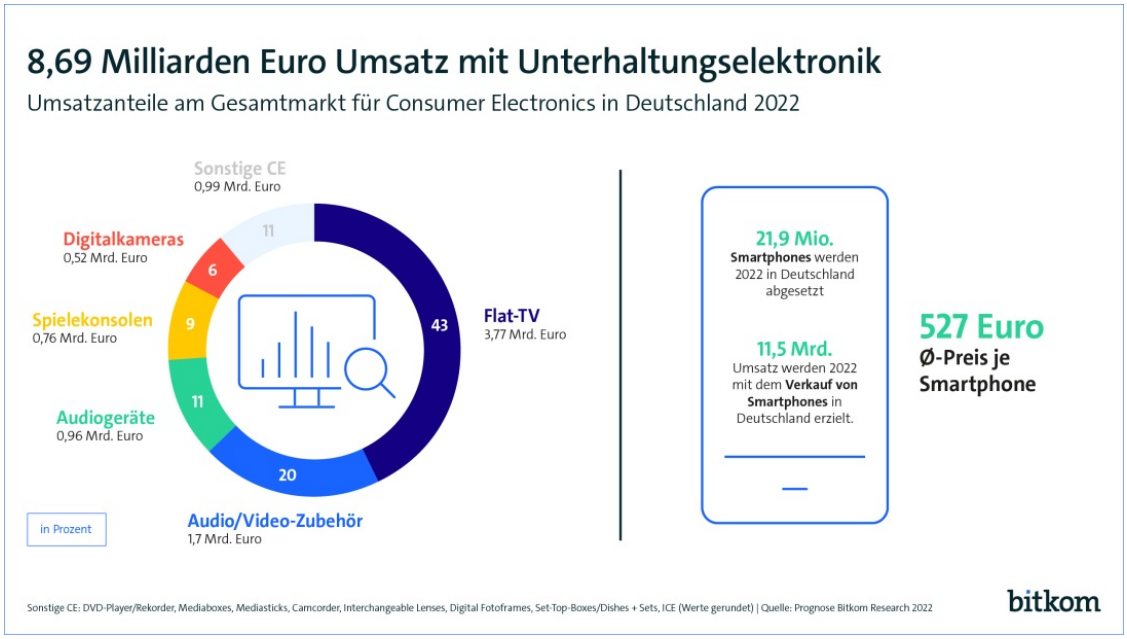
Bitkom e.V. | Presseinformation

# Tech-Trends 2022: Auf dem Weg ins Metaverse

- **Markt für Unterhaltungselektronik pendelt sich mit 8,7 Mrd. Euro Umsatz wieder auf Vor-Corona-Niveau ein**
- **Schon jeder vierte Deutsche hat vom Metaverse gehört**
- **Bitkom präsentiert Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology“ zur IFA**

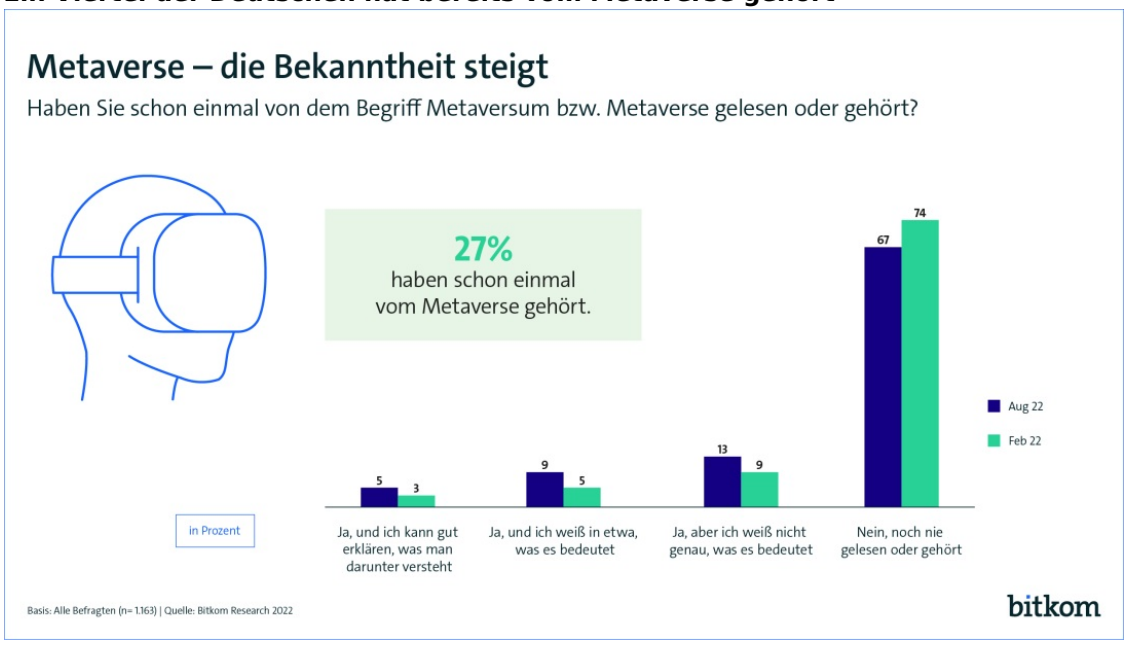



**Berlin, 25. August 2022** - Die Umsätze mit klassischer Unterhaltungselektronik und sogenannter Consumer Technology entwickeln sich in Deutschland leicht rückläufig, könnten durch das Metaverse jedoch neu beflügelt werden. Auch das Interesse an Technologien wie Augmented Reality und digitalen Sprachassistenten wächst. Aktuellen Prognosen des Bitkom zufolge wird der Umsatz mit Consumer Technology in diesem Jahr voraussichtlich rund 8,7 Milliarden Euro betragen (2021: 8,9 Mrd. Euro, 2020: 9,3 Mrd. Euro). Grund für den leichten Rückgang ist nicht nur, dass insbesondere im ersten Jahr der Corona-Pandemie viele Verbraucherinnen und Verbraucher neue Geräte angeschafft haben und es derzeit nur wenig Ersatzbedarf gibt. Zu Buche schlägt auch, dass die vorhandene Nachfrage aufgrund von Lieferengpässen und dem Halbleitermangel teilweise nicht bedient werden kann. „Nach zwei Jahren Corona-Pandemie pendelt sich der Markt für Consumer Technology wieder auf dem alten Niveau ein. Die außerordentlichen Effekte aus den Jahren 2021 und 2020 ebben ab“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Die Consumer Technology der Zukunft braucht jetzt neue Perspektiven. Mit dem Metaverse hat sich ein Szenario eröffnet, das den Markt maßgeblich prägen kann.“

Wie der Digitalverband Bitkom in der neuen Auflage seiner Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology 2022“ aufzeigt, werden Flat-TVs in diesem Jahr mit 3,77 Milliarden Euro noch den Hauptanteil am Umsatz ausmachen (2021: 3,9 Mrd. Euro). Dahinter folgen Audio- und Video-Zubehör mit 1,7 Mrd. Euro (2021: 1,6 Mrd. Euro) sowie Audiogeräte mit 0,96 Mrd. Euro (2021: 1,15 Mrd. Euro). Mit Spielekonsolen werden 0,76 Mrd. Euro umgesetzt werden (2021: 0,8 Mrd. Euro).

Im Smartphone-Markt gibt es nur leichte Veränderungen: Bitkom prognostiziert einen Umsatz in Höhe von 11,5 Milliarden Euro im laufenden Jahr – das ist etwas mehr als 2021, als 11 Milliarden Euro Umsatz erzielt wurden. Der Absatz wird sich voraussichtlich auf 21,9 Millionen Stück belaufen (2021: 20,4 Mio.). Durchschnittlich 527 Euro geben die Deutschen in diesem Jahr für ein Smartphone aus.

**Ein Viertel der Deutschen hat bereits vom Metaverse gehört**




Das Metaversum oder Metaverse gilt nicht mehr nur in der Tech-Szene als die Zukunft des Internets. Unter dem Metaverse versteht man – einfach gesagt – eine virtuelle, dreidimensionale Erweiterung der realen Welt, in der man als digitaler Zwilling oder Avatar lebt und künftig eventuell auch arbeitet und alltägliche Aktivitäten unternimmt, z.B. eine Universität oder ein Konzert besucht. Es gibt zahlreiche Verbindungen mit der realen Welt: So können im Metaverse mit realem Geld virtuelle Güter gekauft werden. Hinter Avataren verbergen sich reale Personen, hinter virtuellen Maschinen reale Anlagenparks im Sinne eines digitalen Zwillings. In einem ersten Schritt geschieht dies bereits am PC, per Smartphone oder mit Virtual-Reality-Brillen, künftig auch verstärkt per erweiterter Realität (Augmented Reality). Das Metaverse baut dabei auf Technologien auf, die etabliert sind, aber noch weiterentwickelt werden wie z.B. Augmented und Virtual Reality, Blockchain oder Künstliche Intelligenz. Die Bekanntheit dieses Konzepts steigt: Bereits ein gutes Viertel der Deutschen (27 Prozent) hat bereits vom Begriff Metaverse gehört – im Februar dieses Jahres waren es noch 17 Prozent. 13 Prozent haben den Begriff schon einmal gehört, wissen aber nicht genau, was das eigentlich ist, weitere 9 Prozent können zumindest in etwa sagen, was er bedeutet. Immerhin jeder und jede Zwanzigste (5 Prozent) traut sich zu, erklären zu können, worum es beim Metaverse geht.

Obwohl die Entwicklung noch sehr jung ist, sind viele Menschen grundsätzlich offen für das Metaverse. Nach einer kurzen Erläuterung zum Thema im Rahmen der Bitkom-Befragung kann sich etwa ein Viertel (27 Prozent) vorstellen, im Metaverse shoppen zu gehen. 22 Prozent würden sich dort mit Freundinnen und Freunden verabreden, ebenso viele dort Konzerte besuchen. Ein Fünftel (19 Prozent) sagt: Mein Avatar, also mein virtuelles Abbild, soll genau so aussehen wie ich – die Hälfte (51 Prozent) will dies jedoch nicht, die übrigen sind unentschlossen. 18 Prozent können sich auch vorstellen, Schule, Uni oder andere Bildungseinrichtungen im Metaverse zu besuchen. „Das Metaverse ist eine der spannendsten Visionen unserer Zeit“, sagt Rohleder. „Firmen stellen ihre Produkte im Metaversum vor, eröffnen virtuelle Dependancen und suchen im Metaverse nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Auch für Bildungsangebote ergeben sich ganz neue Möglichkeiten.“ 55 Prozent äußern allerdings die Sorge, dass durch das Metaversum eine virtuelle Parallelwelt entsteht. 48 Prozent macht die Vorstellung Angst.

**Großes Interesse an der Nutzung von AR und VR**

Ein Segment mit Wachstumspotenzial sind Virtual- und vor allem Augmented-Reality-Brillen. Während erstere schon seit einigen Jahren auf dem Markt sind, werden nennenswerte Nutzerzahlen bei Augmented-Reality-Brillen im Consumer-Bereich erst ab 2023 erwartet. 18 Prozent der Deutschen nutzen aktuell zumindest hin und wieder eine VR-Brille. 2020 waren es noch 14 Prozent. Die künftige Nutzungsbereitschaft liegt mittlerweile bei 52 Prozent (2020: 37 Prozent). Wer heute schon eine VR-Brille nutzt, tut dies insbesondere fürs Gaming (79 Prozent), fürs Filmeschauen (67 Prozent) oder um virtuell an andere Orte zu reisen (63 Prozent). Ein Drittel (33 Prozent) der VR-Nutzerinnen und -Nutzer treibt über entsprechende Anwendungen Sport, ein Fünftel (20 Prozent)

verfolgt Bildungs- und Lernprojekte. Ein Zehntel (11 Prozent) nutzt die VR-Brille für Wohnungs- oder Häuserplanungen.

Bei Augmented Reality werden digitale Inhalte perspektivisch korrekt in die reale Umgebung eingeblendet. Einfache Beispiele, die aktuell bereits genutzt werden, sind Kamerafilter auf dem Smartphone, die Gesichter von Menschen um digitale Inhalte wie lustige Ohren und Brillen erweitern, oder die Maßband-App. Smarte AR-Brillen, die fast wie normale Brillen aussehen, sind die nächste Entwicklungsstufe, für Endanwenderinnen und Endanwender allerdings erst in einem sehr frühen technischen Stadium verfügbar. Die Hälfte (52 Prozent) könnte sich allerdings schon heute vorstellen, ein solches Gerät zu nutzen. Drei Viertel (76 Prozent) würden bei anderen jedoch nur eine AR-Brille akzeptieren, die keine eingebaute Kamera besitzt. 24 Prozent fänden gut, wenn ihnen die AR-Brille Infos zu Personen in ihrer Umgebung einblendet, also z.B. den Namen oder Social-Media-Profile. „AR-Brillen werden vor allem dann alltags- und massentauglich, wenn sie klein, leicht und erschwinglich sind“, sagt Rohleder.

**Fast die Hälfte nutzt digitale Sprachassistenten**

In seiner Trendstudie zeigt Bitkom außerdem, wie Verbraucherinnen und Verbraucher zu digitalen Sprachassistenten stehen. Bereits 47 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer fragen derzeit per Sprache Informationen ab oder steuern Geräte. Vor allem die Jüngeren zwischen 16 und 29 Jahren nutzen diese Funktion (61 Prozent), bei den 30- bis 49-Jährigen (49 Prozent) und den 50- bis 64-Jährigen (46 Prozent) ist der Wert etwas geringer. Bei den Seniorinnen und Senioren ab 65 Jahren macht nur ein Viertel von entsprechenden Funktionen Gebrauch. Das Smartphone wird von fast allen Nutzerinnen und Nutzern (96 Prozent) für Sprachbefehle verwendet, smarte Lautsprecherboxen wie Amazon Echo oder Google Home nutzen 66 Prozent. 63 Prozent derer, die Sprachbefehle erteilen, tun dies über ihr Smart-TV. 47 Prozent nutzen die Sprachsteuerung im Auto.

Haushaltsgeräte zu steuern oder das Licht einzuschalten, ist der häufigste Anwendungsfall für digitale Sprachassistenten (89 Prozent). 84 Prozent schalten Musik oder das Radio per Sprache ein, 77 Prozent starten auf diese Weise Anrufe, 47 Prozent rufen Verkehrsnachrichten ab, und 33 starten die Navigation per Sprache. Weitere Anwendungsfälle: Kochrezepte (34 Prozent) und die Wettervorhersage (29 Prozent) abrufen, einen Timer starten (23 Prozent) oder einen Witz erzählen lassen (10 Prozent). Immerhin ein Zehntel würde sich mit einem digitalen Sprachassistenten gern so unterhalten wollen wie mit einem echten Menschen. Die Stimme von Sprachassistenten spaltet allerdings die Nutzerinnen und Nutzer: 40 Prozent empfinden Stimme und Aussprache der Assistenten als befremdlich. Lediglich 27 Prozent finden Stimme und Aussprache angenehm.

**18 Euro pro Monat für Videostreaming**

Mehr noch als Sprachassistenten ist für viele Menschen Videostreaming inzwischen Standard: 75 Prozent der Bevölkerung ab 16 Jahren schauen Filme oder Serien bei Netflix, Joyn, Amazon Prime Video und Co. oder Clips bei YouTube, Vimeo sowie in sozialen Medien. Vergangenes Jahr waren es noch 70 Prozent. Während 41 Prozent dabei ausschließlich kostenlose Angebote nutzen, ist den anderen das Videostreaming Geld wert: 44 Prozent rufen Filme oder Serien einmalig ab und zahlen dafür. 35 Prozent haben ein Abonnement. Von ihnen wiederum haben 24 Prozent nur ein kostenpflichtiges Abo, 36 Prozent nutzen zwei Abos, und 29 Prozent haben sogar drei oder mehr Dienste abonniert. Die durchschnittlichen Ausgaben für Videostreaming in Deutschland belaufen sich auf 18 Euro pro Monat und Person. „Auch nach Ende der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie bleibt Streaming wichtig. Klassisches lineares Fernsehen wird künftig weiter an Bedeutung verlieren“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. So sagen 61 Prozent, sie streamen Filme und Serien, weil sie die Werbung im klassischen TV nervig finden. 49 Prozent streamen auch eher einen Film oder eine Serie, statt ein Buch zu lesen. Gleichwohl macht den Nutzerinnen und Nutzern mitunter das große Angebot zu schaffen. 51 Prozent stört, dass sie so viele Streaming-Abos benötigen, um all ihre Lieblingsserien schauen zu können. 20 Prozent können sich angesichts des großen Angebots manchmal gar nicht entscheiden und schalten das Gerät wieder aus. „Kuratierte Inhalte und gezielte Angebote an die Nutzerinnen und Nutzer werden an Bedeutung gewinnen, um Orientierung im Dschungel an Serien und Filmen zu geben“, sagt Rohleder.

Kostenlose Videoportale werden dabei nicht nur zum Videostreaming genutzt, sondern auch zum Musikhören. Insgesamt 67 Prozent der Deutschen streamen zumindest hin und wieder Musik,

Podcasts oder Hörbücher bzw. Hörspiele – und die Mehrheit von ihnen (69 Prozent) nutzt dafür Videoportale. Spezielle Audiostreaming-Dienste nutzen 63 Prozent, 41 Prozent nutzen Podcast-Streaming-Dienste, und 24 Prozent Hörspiel/Hörbuch-Streaming-Dienste. Ein Drittel (31 Prozent) streamt Internetradio. Auch in diesem Bereich ist die Zahlungsbereitschaft hoch: Die Hälfte derer, die Audioinhalte streamen (51 Prozent) nutzt ein kostenpflichtiges Abo. Die Ausgaben für Audiostreaming belaufen sich auf durchschnittlich 13 Euro pro Monat und Person.

Bitkom präsentiert diese Zahlen im Vorfeld der IFA. Sie findet vom 2. bis 6. September 2022 auf dem Berliner Messegelände statt. Rohleder: „Zuletzt war immer wieder von Innovationsarmut der Unterhaltungselektronik die Rede. Doch mit dem Metaverse kann sich die Technologiereise der Menschen wieder grundlegend ändern und dem Markt für Consumer Technology eine neue Dynamik verleihen."

Die Trendstudie „Zukunft der Consumer Technology – 2022" befasst sich neben den Themen Metaverse, AR & VR auch mit den Bereichen Sprachassistenten, Streaming und Wearables und steht zum kostenlosen Download bereit: https://www.bitkom.org/zukunft-consumer-technology

## Kontakt

**Nina Paulsen**
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

**Dr. Sebastian Klöß**
Leiter Märkte & Technologien
Download Pressefoto
Nachricht senden

## Hinweis zur Methodik

Die Prognosen zum Markt für Unterhaltungselektronik basieren auf Berechnungen von Bitkom Research. Grundlage aller weiteren Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Im Juli 2022 wurden dabei 1.163 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Durchführung der Umfrage wurde unterstützt von Bookwire, DFL, Meta und Microsoft.

---

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Tech-Trends-2022-Auf-dem-Weg-ins-Metaverse***