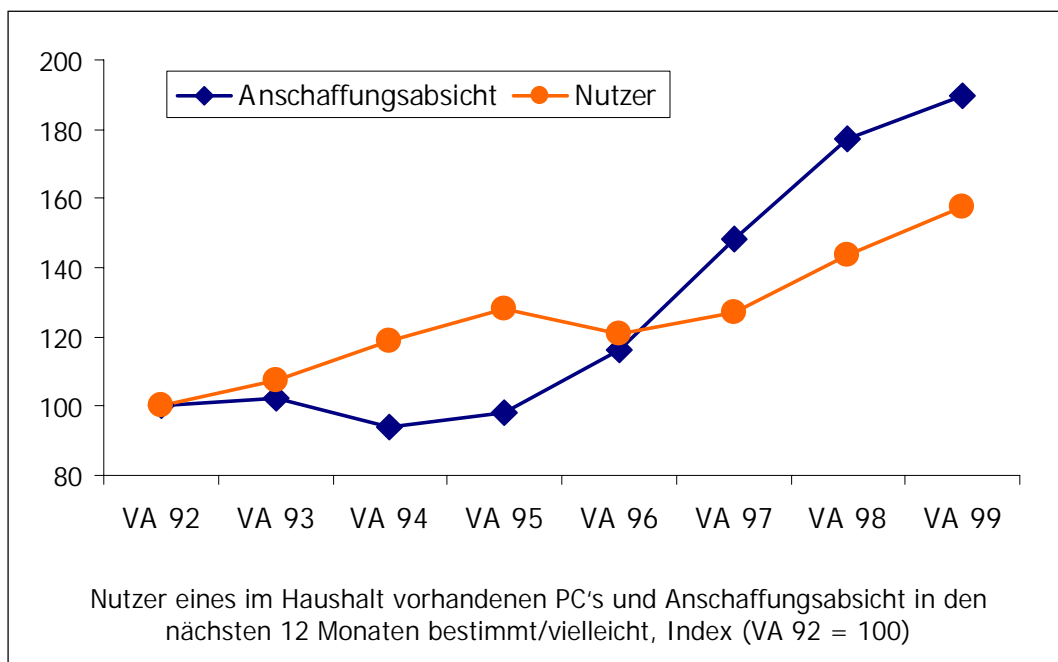


► Everybody's Darling: der Home-PC

Verdoppelung der Potentiale

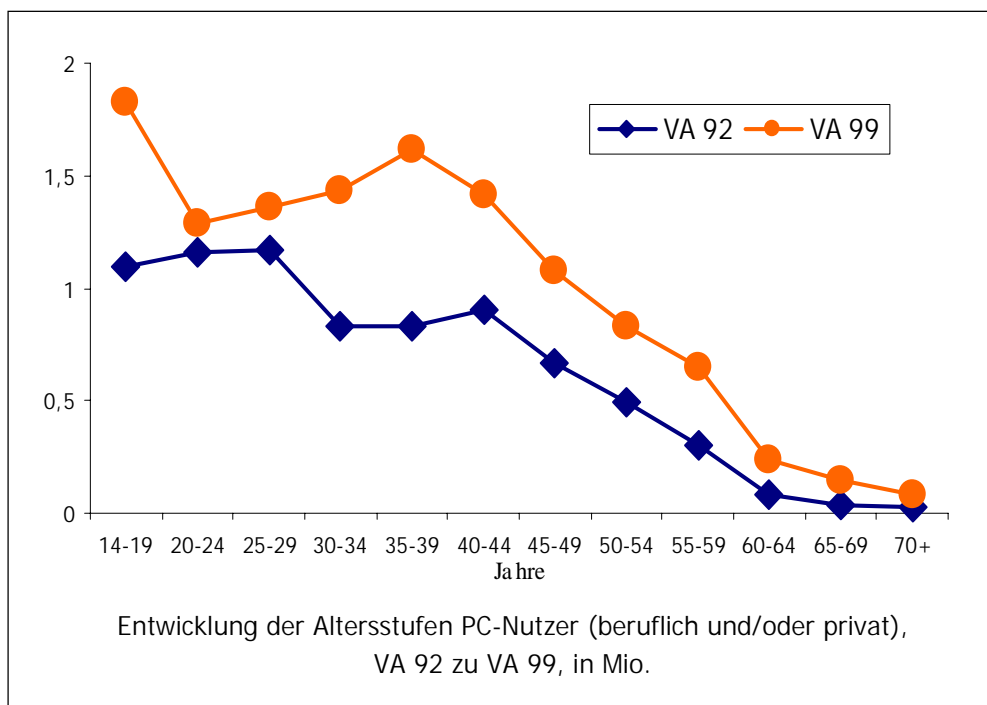
Der Markt der Personal Computer hat sich in dem letzten Jahrzehnt sehr verändert. Im Vergleich zu 1992 ist die Zahl der Nutzer eines PC's im Haushalt um zwei Drittel gewachsen. Noch dramatischer ist die Entwicklung bei den Anschaffungswilligen: Hier hat sich das Potential nahezu verdoppelt, vor allem durch den Schub der letzten Jahre. Angesichts der steigenden Internet-Verbreitung und der Vermarktung von "Billig-PC's" scheint der Bedarf allerdings noch lange nicht gedeckt.



Wo früher über die Anschaffung einer Mikrowelle oder eines Videorecorders nachgedacht wurde, überlegt man sich heute den Kauf eines Computers. Bereits in fast jedem dritten Haushalt steht bereits ein PC und die private Computerisierung schreitet zügig voran. Dennoch scheint der private Nachholbedarf nicht beendet, wenn man in die USA schaut: Hier sind fast doppelt so viele Haushalte computerisiert. Dabei steigen die technischen Anforderungen aufwendiger Multimedia-Anwendungen und lassen ein aberwitziges Entwicklungstempo der Leistungsfähigkeit von PC's entstehen. Will man "up-to-date" sein, muss alle paar Monate aufgerüstet werden oder gleich ein neuer PC her.

Home-PC's für Jung und Alt

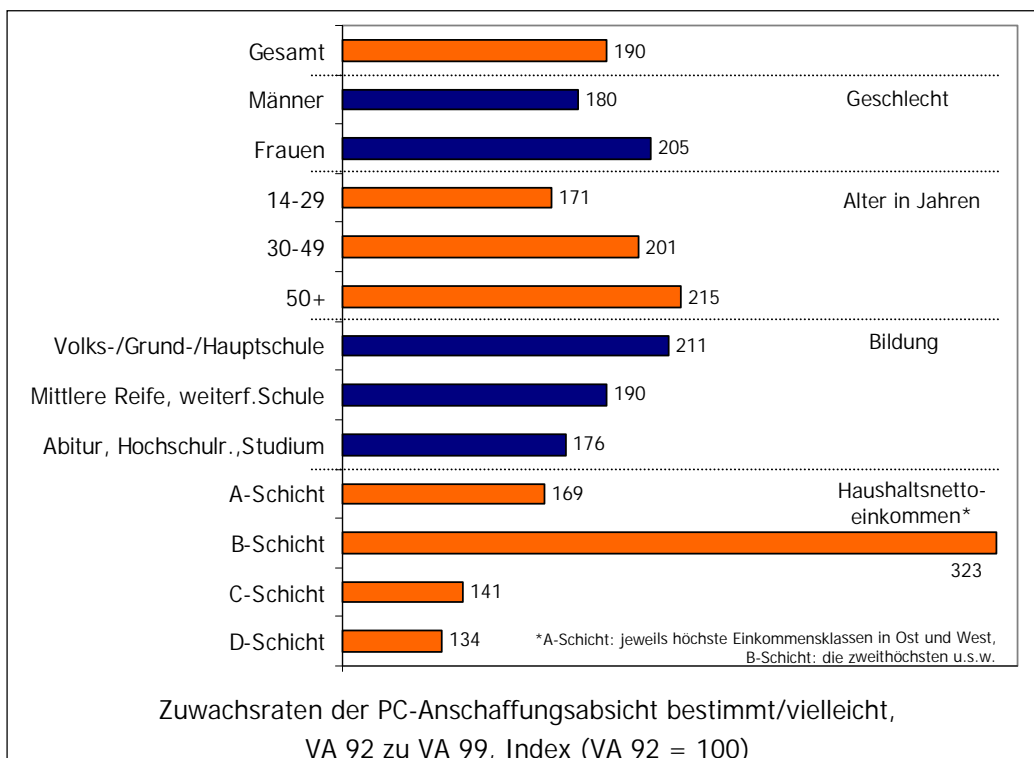
Interessant dabei ist, dass dies heutzutage nicht mehr nur ein Thema für die jungen, gebildeten Eliten ist, sondern vielmehr in die breiten Bevölkerungsschichten diffundiert. Waren es 1992 noch hauptsächlich die Jüngeren, die einen PC nutzten, so stellt sich heute ein anderes Bild dar: Zum einen ist der Anteil der ganz jungen PC-Nutzer (14-19 Jahre) stark gestiegen. Spiele-Software und Internet, aber auch die Nutzung des Computers für Ausbildung oder Schule mögen dafür verantwortlich sein. Zum anderen sind aber auch die 30-49jährigen "Mid-Ager" in die PC-Nutzung eingestiegen und selbst der Anteil der über 50jährigen ist heute bedeutend höher als noch zu Zeiten der VA 92. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Nutzung zu Hause überwiegend privat oder beruflich stattfindet, denn der PC entwickelt sich zunehmend zum Allround-Werkzeug.



Der Jedermann-PC

Neben der Verschiebung der Altersstufen sind auch in anderen demographischen Strukturen große Veränderungen festzustellen. Schaut man z.B. auf die Zuwachsraten in der Anschaffungsabsicht, so sieht man, dass insbesondere bei den Frauen, den formal niedriger Gebildeten und den Angehörigen mittlerer Einkommensschichten der Wunsch nach einem eigenem PC gewachsen ist. Das High-Tech-Gut PC ist mittlerweile im Supermarkt an der Ecke zu erstehen. Es avanciert vom Gerät für den ausgewiesenen Profi (früher: der Informatik-Student oder der EDV-Entscheider in der Firma) zum Allerwelts-Gut.

Aktuelle Highlights aus der VerbraucherAnalyse CeBit-Special: Entwicklungen im PC-Markt



Dementsprechend verändert hat sich auch das Mediennutzungsverhalten potentieller Home-PC-Käufer: In der Zielgruppe "Anschaffungsabsicht PC bestimmt/vielleicht" (=7,5 Mio. laut VA 99) liegen als reichweitenstärkste Titel neben der Computerpresse vor allem Aktuelle Illustrierte, Nachrichtenmagazine und Programmzeitschriften – hier insbesondere die jungen 14täglichen Titel – vorn. Nach wie vor wird der PC-Anschaffungswillige im Vergleich zu anderen Mediengattungen am besten durch Zeitschriften erreicht.

Weitere Informationen zu diesem Bereich bietet die VerbraucherAnalyse, die Sie online auswerten können über die Internet-Adresse www.hbv.de. Unter dieser Adresse sind außerdem die hier enthaltenen Informationen und Charts abrufbar.

Für Anregungen oder Rückfragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung. Falls sich Ihre E-Mail-Adresse oder Faxnummer geändert hat oder wenn Sie den VA-Newsletter nicht mehr erhalten wollen, bitten wir um eine kurze Nachricht.

Ihr Bauer-Research-Team

Ansprechpartner: Heinrich Bauer Verlag Anzeigen + Marketing KG, Research & Media Marketing, Nicole Plettner, Tel.: 040 /3019-3273, Fax: 040/3019-3029, e-Mail: nplettner@bauermedia.com

Quelle: VerbraucherAnalyse 1992–1999/3 (die VA ist eine Gemeinschaftsuntersuchung des Axel Springer Verlages, der Verlagsgruppe Bauer und der beteiligten Medienunternehmen)
Weitere Quellen: Fachverband Informationstechnik im VDMA und ZVEI, ACTA 99