



Market Foresights

04/2017

Spielräume der Zukunft

Wie wir unsere Freizeit verbringen werden

Trends, Herausforderungen und Chancen
für die Freizeit- und Unterhaltungsbranche

Vorwort

01

Spielräume der Zukunft: Trends und Technologien

Spielräume als
Zukunftsräume

Neue Freiräume –
neue Spielräume

Die 8 wichtigsten
Trends und Technologien

02

Bedrohungen und Herausforderungen

Zunehmender
Innovationsdruck

Neue Player
und digitale Disruption

Spielraum-as-a-Service

Gefahren aus
dem Cyberraum

03

Gestaltbare Zukunft: Exemplarische Chancen

Die grüne Zukunftsbrille:
Chancen-Entwicklung

Spielräume als
Möglichkeitsräume

Chancen-Spielbrett:
6 exemplarische Chancen

Quellen

Seite 3-6

Seite 7-16

Seite 17-21

Seite 22-32

Seite 33

Vorwort

 **WAHRSCHEINLICHE**

 **ÜBERRASCHENDE**

 **GESTALTBARE**

 **ERSTREBTE**

 **GEPLANTE**

ZUKUNFT

Als Anbieter oder Dienstleister in den für die Spiele-, Freizeit- und Unterhaltungsbranche relevanten Märkten suchen Sie nach einer Strategie, um den Megatrend Digitalisierung erfolgreich angehen zu können?

Im Spannungsfeld von Kontinuität und Disruption stellt die Entwicklung einer zukunftsrobusten Vision und Strategie eine nicht geringe Herausforderung dar. Trends und Technologien werden die Erwartungen an die Spielräume der Zukunft verändern.

Welche **Entwicklungen** rund um die Digitalisierung den Markt für 'Spielen' (Spielzeug, Computerspiele, Abenteuer- und Erlebnisspiele etc.) in den nächsten fünf, zehn oder fünfzehn Jahren prägen werden, skizzieren wir in Kapitel 1. Anschließend betrachten wir in Kapitel 2, welche **Bedrohungen** und Herausforderungen auf Unternehmen der Spiele-, Freizeit- und Unterhaltungsbranche zukommen werden. In Kapitel 3 stellen wir Ihnen abschließend exemplarisch sechs **Chancen** vor, die zeigen, wie groß der Möglichkeitsraum für Unternehmen ist, strategischen Chancen in heutigen und neuen Geschäftsfeldern zu nutzen.

Mit diesem Market Foresight wollen wir vor allem eines: Ihnen erste Denkanstöße für eine chancenreiche Zukunft Ihres Unternehmens geben. Wir möchten Sie unterstützen, systematisch zu eigenen Überzeugungen und Erkenntnissen zu kommen! Sie sind die Basis, auf die Ihr **erfolgversprechendes Zukunftsbild** aufbaut. Nur so können Sie sich fokussieren und Ihre **zukünftigen Aktivitäten** klar ausrichten.

Auch wir wissen nicht sicher, wie die Zukunft aussehen wird. Aber wir sind branchenübergreifend erfahren darin, weiter zu denken und Unternehmen bei der zukunftsrobusten Strategieentwicklung zu begleiten.

Kommen Sie mit – auf eine Erkenntnisreise entlang des '**Eltviller Modells**'. Profitieren Sie von mehr Orientierung und Sicherheit, von frühzeitig genutzten Chancen, von einer motivierenden Vision für mehr Energie und Freude!

Ihre Vision ist Ihre rentabelste Investition!

Eltviller Modell: Ergebnis-Modell mit Kurz-Definitionen



■ **Zukunftsanalyse**

- **Zukunftsfaktoren:** Ursachen und Treiber des Wandels
- **Trends:** Gerichtete Entwicklungen des Wandels
- **Projektionen:** Aussagen über den zukünftigen Zustand eines Beobachtungsobjektes
- **Szenarien:** Gruppen von Projektionen, die jeweils ein komplexes Bild einer möglichen Zukunft beschreiben
- **Zukunftsannahmen:** Projektionen oder Szenarien mit subjektiv zugemessener Erwartungswahrscheinlichkeit
- **Überraschungen:** Nicht wahrgenommene oder als unwahrscheinlich angesehene potenzielle Ereignisse und Entwicklungen

■ **Chancen:** Sinnvolle Handlungsmöglichkeiten für Ausrichtung und Aktivitäten

■ **Ausrichtung**

- **Überzeugungen:** Motive, Werte, Anliegen und Glaubenssätze der Eigner und Top-Führungskräfte
- **Mission:** Wirkungsversprechen, das das Unternehmen für seine Kunden dauerhaft erfüllt
- **Positionierung:** Satz von Leitlinien für eine einzigartige, differenzierende Definition der Identität im Rahmen der Mission
- **Kultur:** Leitlinien zu Werten, Einstellungen und Verhaltensweisen, nach denen geführt und gehandelt werden soll
- **Vision:** Konkretes Bild einer faszinierenden, gemeinsam erstrebten und realisierbaren Zukunft
- **Ziele:** Angestrebte Zustände von Gestaltungsfeldern und Fokus der Aktivitäten
- **Geschäftsmodell:** Satz von Leitlinien zur Erbringung der Lösungen und Erzielung von Erträgen

■ **Aktivitäten**

- **Prozesse:** Wertkette und Routinen zur Erreichung von Zielen
- **Projekte:** Einmalige Aktivitäten zur Erreichung von Zielen
- **Fähigkeiten:** Können in der Ausführung von Prozessen und Projekten
- **Ressourcen:** Mittel zur Ausführung von Prozessen und Projekten

Nähere Informationen finden Sie [hier](#).



Die Spielräume der Zukunft sind
Möglichkeitsräume - und damit Chancenräume
für Ihr Unternehmen! Vor allem die
Digitalisierung wird die Art und Weise,
wie wir spielen werden, radikal verändern.



We Inspire and Equip Leaders
for Vision and Strategic Foresight!

**Machen Sie Ihre Vision und
Strategie zukunftsrobuster!**



01

Spielräume der Zukunft: Trends und Technologien



Spielräume der Zukunft: Trends und Technologien

Technologische Innovationen sind der Schlüssel zu den Spielräumen der Zukunft.



"You will find the future wherever people are having the most fun." (Steven Johnson: 'Wonderland. How Play Made the Modern World'¹)

Spielräume sind immer auch Zukunftsräume, denn nichts weckt unsere Kreativität und Innovationsfähigkeit mehr als der Wunsch, etwas zu erfinden, das uns Spaß macht. Heutige Zukunftstechnologien ermöglichen uns, einen Blick darauf zu werfen, wie wir in Zukunft spielen werden. Um ein paar Beispiele zu nennen: Längst sind **Drohnen** Spielzeug-Verkaufsschlager für Groß und Klein. 2016 hat Mattel die Hoverboard-Barbie auf den Markt gebracht, eine auf einem Quadcopter fliegende Barbie.² Die Einsatzmöglichkeiten von **Augmented und Virtual Reality** scheinen unbegrenzt und werden nicht nur die Computerspielbranche revolutionieren. SwapBots zum Beispiel sind Augmented Reality Toys, das heißt um digitalen Content erweiterte physische Spielfiguren.³ Das Start-up Toywheel verbindet ebenfalls die digitale mit der physischen Welt. Allerdings sind die Toys hier rein virtuell und werden in das Sichtfeld eingeblendet. So lässt sich zum Beispiel ein virtuelles Spielzeugauto mit Hilfe von Augmented Reality scheinbar durch das Kinderzimmer navigieren.⁴

Die Firma WowWee hat mit Chip einen intelligenten Roboterhund vorgestellt, der über **Sensoren** mit seiner Umgebung und über ein smartes Armband mit seinem Besitzer interagiert. Unter anderem beschäftigt sich Chip, wenn man nicht mit ihm spielt, auch selbständig mit seinem Ball.⁵ Das Unternehmen TinkerToys ermöglicht es, selbst zum Spielzeugfinder zu werden. Mit Hilfe einer Software können Kinder ihr Lieblingsspielzeug selbst gestalten, das dann im 3D-Druck-Verfahren hergestellt und nach Hause geliefert wird.⁶ Bald schon könnten **3D-Drucker** zur Grundausstattung in jedem Kinderzimmer gehören. Mattel plant, wahrscheinlich noch 2017 den 'ThingMaker' auf den Markt zu bringen.⁷

Digitale und mit dem Internet verbundene Spielzeuge boomen. Weltweit wird der Markt von 2,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2015 auf 11,3 Milliarden US-Dollar im Jahr 2020 wachsen.⁸ Damit entwickelt sich das **Smart Home** zu einem der wichtigsten Spielräume der Zukunft. Ob Digital Toys, Gaming oder Entertainment – das vernetzte Zuhause wird uns eine Vielfalt an Freizeit- und Unterhaltungsangeboten zur Verfügung stellen und es gleichzeitig ermöglichen, uns mit anderen Spie-

Markt für Smart Home Entertainment in Europa⁹



0,5
Mrd. USD

2016

CAGR 41,2 %

2,8
Mrd. USD

2021

lenden in der ganzen Welt zu vernetzen. **Neue Interfaces**, wachsende Bandbreiten, weiter steigende Rechenleistung und immer bessere Simulationstechnologien werden dazu führen, dass wir virtuelle Spielräume zunehmend als real empfinden: der Effekt der **Immersion**. In Zukunft werden wir als Avatare immer realistischere Spielerlebnisse mit anderen in virtuellen Umgebungen teilen – unter vollem Körpereinsatz. Unsere Bewegungen werden dabei präzise in Echtzeit umgesetzt und wir selbst erhalten täuschend echtes haptisches Feedback von virtuellen Objekten und anderen Avataren. Schon heute ermöglicht es zum Beispiel Facebook Spaces, dass sich Nutzer des sozialen Netzwerkes als Avatare in einer VR-Umgebung treffen können. Noch in der Beta-Version, soll die VR-App in Zukunft für weitere Plattformen verfügbar gemacht werden.¹⁰

Neue Spielerlebnisse und -herausforderungen dürften mit der zunehmenden Verbreitung **künstlicher Intelligenz** entstehen. Das Unternehmen Siliconic Home zum Beispiel hat mit Smarty ein intelligentes Gerät für das Kinderzimmer entwickelt (ein Amazon Echo für Kids), mit dem Kinder natürlichsprachlich interagieren können. Smarty beantwortet u.a. Fragen, erinnert daran, die Hausaufgaben zu machen,

und streamt Musik und Hörbücher.¹¹ In Zukunft spielen wir nicht nur gegen unsere Freunde oder ihre virtuellen Repräsentationen, sondern suchen uns verstärkt auch KI-Kontrahenten. Dass diese in gewissen Bereichen längst schlauer sind als wir, hat die künstliche Intelligenz AlphaGo von Google bewiesen, als sie 2015 den amtierenden Go-Europameister Fan Hui besiegte. Entscheidender ist allerdings, dass künstliche Intelligenz uns in Zukunft viel besser verstehen wird – dabei geht es weniger um Strategie und Sieg als um ein spielerisches Miteinander.

Zunehmend werden spieltypische Elemente auch auf spielfremde Prozesse angewandt. **Gamification** dient vor allem der Motivationssteigerung, zum Beispiel im Arbeitsleben, im Bildungsbereich, im Kundenbeziehungsmanagement, bei der Ernährung oder im Sport. Mehr Spaß beim Training bietet zum Beispiel das Fitness-Gerät ICAROS, bei dem der Nutzer via VR-Brille durch eine virtuelle Welt fliegt und dabei gleichzeitig spielerisch den Körper trainiert.¹² Durch die digitale Quantifizierbarkeit unterschiedlichster Tätigkeiten, lässt sich alles ranken, mit anderen vergleichen und optimieren. 'Gamify your life' wird weiter an Bedeutung gewinnen.



Komplette Immersion: In Zukunft werden wir als Avatare immer realistischere Spielerlebnisse mit anderen in virtuellen Umgebungen teilen – unter vollem Körpereinsatz.

Künstliche Intelligenz

Es entstehen zunehmend hybride Spielräume.
In Zukunft finden wir jederzeit und überall
KI-Spielpartner und -gegner – in der realen und
in der virtuellen Welt.



Neue Freiräume – neue Spielräume ...

Die Stadt wird zum Spielraum:
Veränderte Freizeitbudgets, eine zunehmende
Erlebnisorientierung sowie Augmented- und
Virtual-Reality-Anwendungen fördern eine neue
Spiele-Architektur.





Autonome Fahrzeuge werden neue Freiräume eröffnen, die wir auch zum Spielen nutzen werden – allein und mit anderen, digital und physisch.

Neben Technologien wirken sich auch Trends darauf aus, nicht nur wie wir in Zukunft spielen werden, sondern auch wo und wann. Neue Freizeit-Freiräume entstehen zum Beispiel durch die Flexibilisierung der Arbeit. In dem Maße, wie wir zunehmend selbst bestimmen können, wann wir arbeiten, sowie durch die Mobilisierung der Arbeit ändern sich auch unsere Bedürfnisse hinsichtlich der Orte und Situationen, an und in denen wir spielen oder unterhalten werden wollen. **Autonome Fahrzeuge** beispielsweise verschaffen und in Zukunft im wahrsten Sinne des Wortes Raum zum Spielen. Vorstellbar ist auch, dass wir in Zukunft durch die zunehmende Automatisierung weniger arbeiten und entsprechend über **mehr freie Zeit** verfügen werden. Verstärkt wird über die Finanzierung eines bedingungslosen Grundeinkommens aus Automatisierungsgewinnen diskutiert. Dies würde Freiräume für **Kreativität** eröffnen. Das Spiel wäre weniger Konsumprodukt als Anlass für schöpferisches Gestalten. Besonders ältere Menschen verfügen heute über deutlich mehr freie Zeit als in früheren Zeiten. Die Erhöhung des Renteneintrittsalters hält nicht Schritt mit der gestiegenen und weiter steigenden Lebenserwartung. Zudem verbringen wir im Alter deutlich

mehr Jahre in Gesundheit und sind länger fit und aktiv. **Ältere** dürften in Zukunft auch verstärkt Gefallen an digitalen Spielen finden. Und das meint nicht nur Spiele, die die Bewegung fördern oder Demenz entgegenwirken.

Vor allem **urbane Räume** und eine zunehmend auf **Erlebnisse** ausgerichtete Gesellschaft lassen neue Spielformen entstehen: physisch, digital erweitert und virtuell. Beim Location-based Gaming (zum Beispiel Pokémon GO¹³) dient die Stadt als Kulisse für verschiedenste Spielszenarien. Beim Suddenlife Gaming (zum Beispiel Thadeus Roth¹⁴) taucht der Spielende für einen Zeitraum von bis zu mehreren Wochen in eine Geschichte ein, bei der die Grenzen zwischen Fiktion und Alltag verschwimmen. In immer mehr Städten eröffnen sogenannte Live-Escape-Räume (zum Beispiel The Room¹⁵), in denen eine Gruppe in einer vorgegebenen Zeit Aufgaben oder Rätsel lösen muss, um das Spiel zu meistern.

Nachfolgend stellen wir Ihnen in kurzen Portraits acht der wichtigsten Trends und Technologien vor, die die Spiele- und Spielwarenindustrie in den nächsten zehn Jahren prägen werden.

Spielräume der Zukunft: Die 8 wichtigsten Trends und Technologien



Veränderte Lebens-
und Arbeitswelten



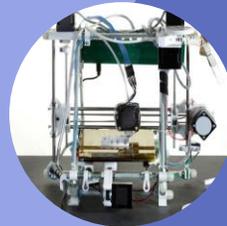
Erlebnis-
orientierung



Always on



Internet der
Dinge



3D-Druck



Virtualisierung



Neue Interfaces



Gamification

Spielräume der Zukunft: Die 8 wichtigsten Trends und Technologien

1.



Wachsende Bandbreiten in der Datenübertragungstechnologie sowie sinkende Preise für Datenverbindungen haben dazu beigetragen, dass immer mehr Menschen **'always on'** sind und verstärkt Produkte und Dienstleistungen über das mobile Internet beziehen und nutzen. Gespielt wird zunehmend in Online-Welten. Reale Spielsituationen und physische Spielwaren werden digital erweitert. Darüber hinaus trägt das Internet dazu bei, Spielende weltweit zu vernetzen, und ermöglicht so neue Formen der Interaktion.

3.



Die **Virtualisierung** ist die Basis für den Aufbau künstlicher, immaterieller Umgebungen. Diese sind zwar nicht physisch, aber in ihrer Wirkung oder Funktionalität vorhanden. Virtual- und Augmented-Reality-Anwendungen ermöglichen in Zukunft neue Spielformen und -erfahrungen. Spiele in der realen Welt werden virtuell 'enhanced'. Zahlreiche Spiele sind rein virtuell spielbar. Und wir treffen uns, zum Beispiel als Avatare, mit Freunden oder Fremden in der ganzen Welt in virtuellen Räumen, um miteinander zu spielen.

2.



Durch die Vernetzung intelligenter Alltagsgegenstände mit der Umwelt wird der Computer, wie wir ihn heute kennen, zunehmend verschwinden und das **Internet der Dinge** entstehen. Vernetzte Spielzeuge (Connected Toys) zum Beispiel werden in wenigen Jahren zum Standard im Kinderzimmer gehören. Smarte Objekte vernetzen und erweitern die physische Welt. Unzählige Touchpoints werden neue Spielmöglichkeiten eröffnen. Im Prinzip wird die gesamte Welt zu einem gigantischen Spielplatz.

4.



Der **3D-Druck** wird es ermöglichen, Objekte direkt aus einem digitalen 3D-Modell zu erschaffen, ohne zunächst Formen oder Werkzeuge herstellen zu müssen. Mit dem 3D-Druck vollzieht sich der Schritt vom digital unterstützten zum digital produzierten Spielzeug. Dabei hat die Entwicklung und Herstellung des Spiels für den 'Maker' selbst Spielcharakter. Konzeption, Veränderung und Erweiterung werden zu kreativen Methoden, mit denen sich der Spaß am Spiel erhöhen lässt.

Spielräume der Zukunft: Die 8 wichtigsten Trends und Technologien

5.



Veränderte Lebens- und Arbeitswelten schaffen neue Freiräume zum Spielen: Neue Arbeitszeitmodelle bieten ein höheres Maß an Flexibilität und eine verbesserte Work-Life-Balance. Wir gestalten unsere freie Zeit anders und suchen auch ad-hoc, zwischendurch, mobil etc. nach Spielsituationen. Singleisierung, evtl. kürzere Arbeitszeiten durch Automatisierung sowie ein längerer in Gesundheit verbrachter Ruhezustand lassen die Nachfrage nach Spielen steigen.

7.



Der technologische Fortschritt verändert, wie wir mit technischen Geräten sowie realen und virtuellen Objekten interagieren. **Neue Interfaces** ermöglichen eine immer intuitivere und ergonomischere Bedienung. Beispiele sind die Sprach-, Gesten- und Bewegungserkennung, Eye-Tracking, haptische Technologien, smarte Textilien und langfristig Brain-Interfaces. In digitalen und vor allem virtuellen Spielwelten erhöhen innovative Interfaces die Immersion, d.h. das Empfinden der Simulation als Realität.

6.



Erlebnisorientierung: In der "affluenten Gesellschaft" verlieren materielle Lebensziele relativ an Bedeutung. Dafür wächst das Bedürfnis nach emotionalen Anregungen. Gefragt sind zunehmend Produkte und Dienstleistungen mit Erlebnismehrwert. Authentizität und zwischenmenschlichen Erlebnissen kommen in einem zunehmend technisierten und digitalisierten Lebensumfeld eine besondere Bedeutung zu. Zukünftige Spiele und Spielräume sollten genau diesen Erlebnischarakter bieten können.

8.



Gamification bezeichnet die Anwendung spieltypischer Elemente auf spielfremde Prozesse. Ziel ist die Motivationssteigerung der Benutzer, auch bei eigentlich langweiligen Tätigkeiten. Durch die fortschreitende Digitalisierung lassen sich immer mehr Aufgaben und Prozesse 'gamifizieren'. Großes Potenzial eröffnet Gamification auch in den Bereichen Aus- und Weiterbildung sowie 'Quantified Self', also der quantifizierenden Selbstanalyse mithilfe technischer Geräte (Erfassen von Vitalparametern, Aktivität etc.).

02

Bedrohungen und Herausforderungen



Bedrohungen und Herausforderungen

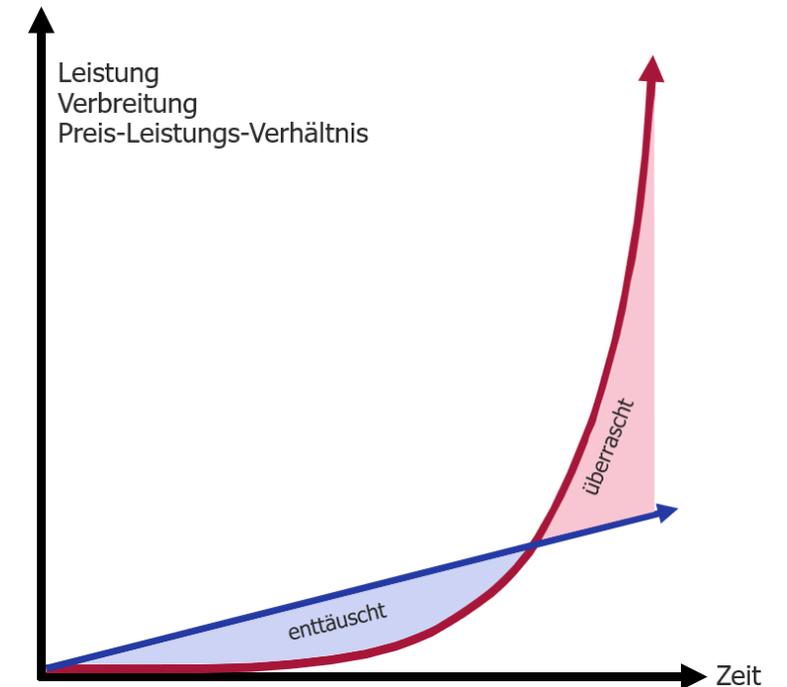


Zunehmender Innovationsdruck: Exponentieller Fortschritt sorgt dafür, dass in hoher Frequenz neue Produkte auf den Markt kommen müssen. Doch welche Zukunftstechnologie wird sich zu welchem Zeitpunkt durchsetzen? Und was entsteht durch die Konvergenz dieser Technologien?

Entscheidende Technologien entwickeln sich exponentiell. Die Beschleunigung des technischen Fortschritts setzt Unternehmen der Freizeit- und Unterhaltungsbranche, die die Spielräume der Zukunft visionär mitgestalten wollen, unter einen immer stärkeren Innovationsdruck. Zunehmend erfolgskritisch wird es, Antworten auf Fragen zu finden wie: Welche Technologie wird zu welchem Zeitpunkt die 'Leistung', die 'Verbreitung' oder den 'Preis' erreichen, dass sie quasi spielend überall zum Einsatz kommen kann? Und wie schnell wird sie bereits wieder überholt oder veraltet sein? Von woher drohen **disruptive Veränderungen**? Und: Wie wirkt sich die Digitalisierung auf unser Geschäftsmodell aus?

Eine große Gefahr liegt darin, dass Zukunftstechnologien, die zu einem **Zeitpunkt X** nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken sein werden, zu Beginn der exponentiellen Wachstumskurve noch nicht bedrohlich wirken. Nach anfänglicher Überschätzung technologischer Durchbrüche folgen oftmals erst Enttäuschung und Unterschätzung – bevor die Kurve, für die meisten dann überraschend, rasant ansteigt. Während in den nächsten Jahren KI, Augmented und Virtual Reality sowie 3D-Druck

bereits zum Standard in zunehmend multimedial vernetzten Kinderzimmern werden, bleibt das, was danach kommen wird und sich heute **noch auf einem frühen Punkt der exponentiellen Kurve** befindet, unsichtbar. Beispiele könnten Objekte aus programmierbarer Materie sein, die nahezu beliebig ihre Form verändern, oder völlig neue Schnittstellen der technisch-neurobiologischen Interaktion.



Start-ups und neue Player kämpfen um die Aufmerksamkeit und die Ausgaben der Kunden

Wie in fast allen Branchen drohen durch die Digitalisierung neue oder bislang unbekannte Wettbewerber etablierten Anbietern in der Freizeit- und Unterhaltungsindustrie Marktanteile abzugewinnen. Spielwarenhersteller sehen sich mit einem hohen Disruptionspotenzial konfrontiert. Innovative Start-ups und bislang branchenfremde Player werden völlig neue Märkte kreieren und diese mit neuen Geschäftsmodellen erfolgreich erschließen.



Digital Player

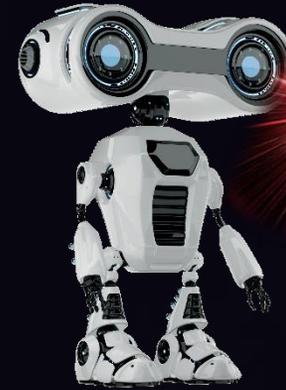
Spielraum-as-a-Service



Digitale Technologien werden physische Produkte teilweise virtualisieren und **substituieren**, völlig neue Spielerfahrungen ermöglichen oder Spielende dazu befähigen, Spielzeug selbst zu designen und mit 3D-Druck-Technologien herzustellen. Spielräume lassen sich damit in Zukunft in einem nie dagewesenen, **Grenzen sprengenden Ausmaß** durch den Spielenden selbst gestalten – ein Novum, das traditionelles Spielzeug alt aussehen lässt. Die Grenzen zwischen physischer und virtueller Welt werden zunehmend verschwimmen. Objekte haben einen virtuellen Zwilling – und umgekehrt. Alles ist formbar und weniger konsumierbares Produkt als unmittelbarer Ausdruck der Fantasie des Spielenden. Entsprechende Spiel- und Erlebnisräume dürfen **plattformbasiert** sein. Nachgefragt werden nicht mehr einzelne Produkte, sondern der Spielraum als solcher – endlos erweiterbar, dem Alter anpassbar, sozial vernetzt und bezogen als Flatrate. Die Herausforderung für Unternehmen wird darin bestehen, ihre heutigen Geschäftsmodelle entsprechend zu transformieren und frühzeitig wichtige Wettbewerbspositionen in diesem digitalen Ökosystem zu besetzen. Der Trend geht in die Richtung: **The winner takes it all!**

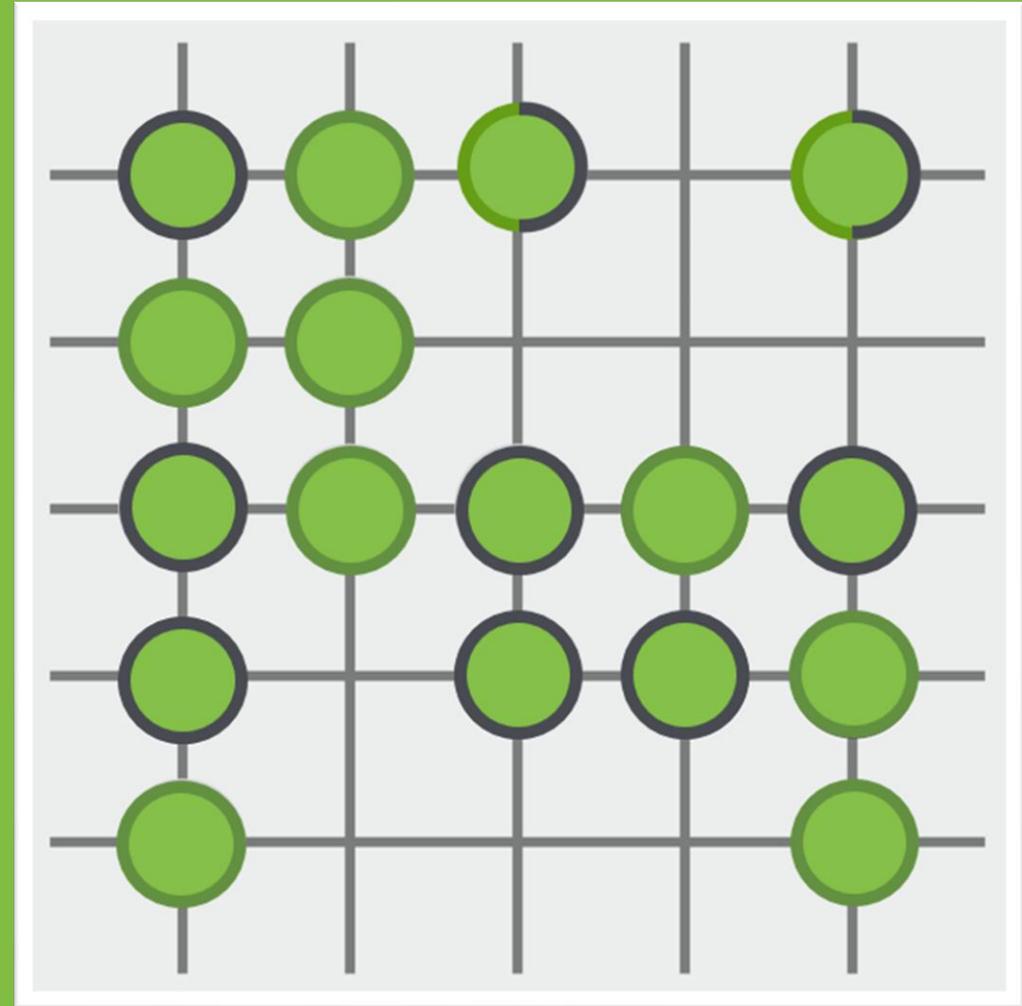
Digitales Spielzeug birgt erhebliche Sicherheitsrisiken

Anbieter müssen digitale Schnittstellen, Nutzerdaten und in der Cloud gespeicherte Informationen ausreichend vor Hackerangriffen schützen. Sicherheitslücken und kompromittierte Daten würden zu einem erheblichen Vertrauensverlust und Imageschaden führen.



03

Gestaltbare Zukunft: Exemplarische Chancen



Gestaltbare Zukunft: Exemplarische Chancen

Erkennen und nutzen Sie Ihre strategischen Chancen in heutigen und neuen Geschäftsfeldern!

Zukunftschancen sind Lebensoptionen für Menschen wie für Unternehmen. Die grüne Zukunftsbrille hilft Ihnen, die Möglichkeiten der Zukunft auszuleuchten, so wie Sie einen dunklen Raum ausleuchten, um sich seiner Dimensionen und Eigenschaften besser bewusst zu sein. Die Perspektive der grünen Zukunftsbrille ist eine ganz andere als die der blauen und der roten Zukunftsbrille, denn mit der grünen Brille geht es nicht um die Umwelt, sondern um Sie selbst. Die grüne Zukunftsbrille für die Chancen-Entwicklung erfordert eine besondere Art des Denkens. Die grüne Brille betrachtet die Zukunft aus der Mikro-Perspektive Ihrer eigenen Welt. Der Blick richtet sich innenorientiert auf die für Sie gestaltbaren Zukünfte. Sie sehen sich involviert und aktiv eingreifend. Die Denkhaltung der grünen Zukunftsbrille ist grundsätzlich optimistisch, kreativ, imaginativ, progressiv und transformativ, denn schlussendlich soll die grüne Zukunftsbrille die Möglichkeiten der Zukunft ausleuchten. Sie hilft Ihnen, sich mit strategischen Innovationen, einer klaren Differenzierung und einem guten Geschäftsmodell

auf aussichtsreiche Märkte auszurichten. Mit verschiedenen Lösungs-Modulen sowie den passenden Lösungs-Methoden und Werkzeugen unterstützt die FMG Sie in diesem Prozess.

Welche Chancen eröffnen die Spielräume der Zukunft Unternehmen der Freizeit und Unterhaltungsbranche?

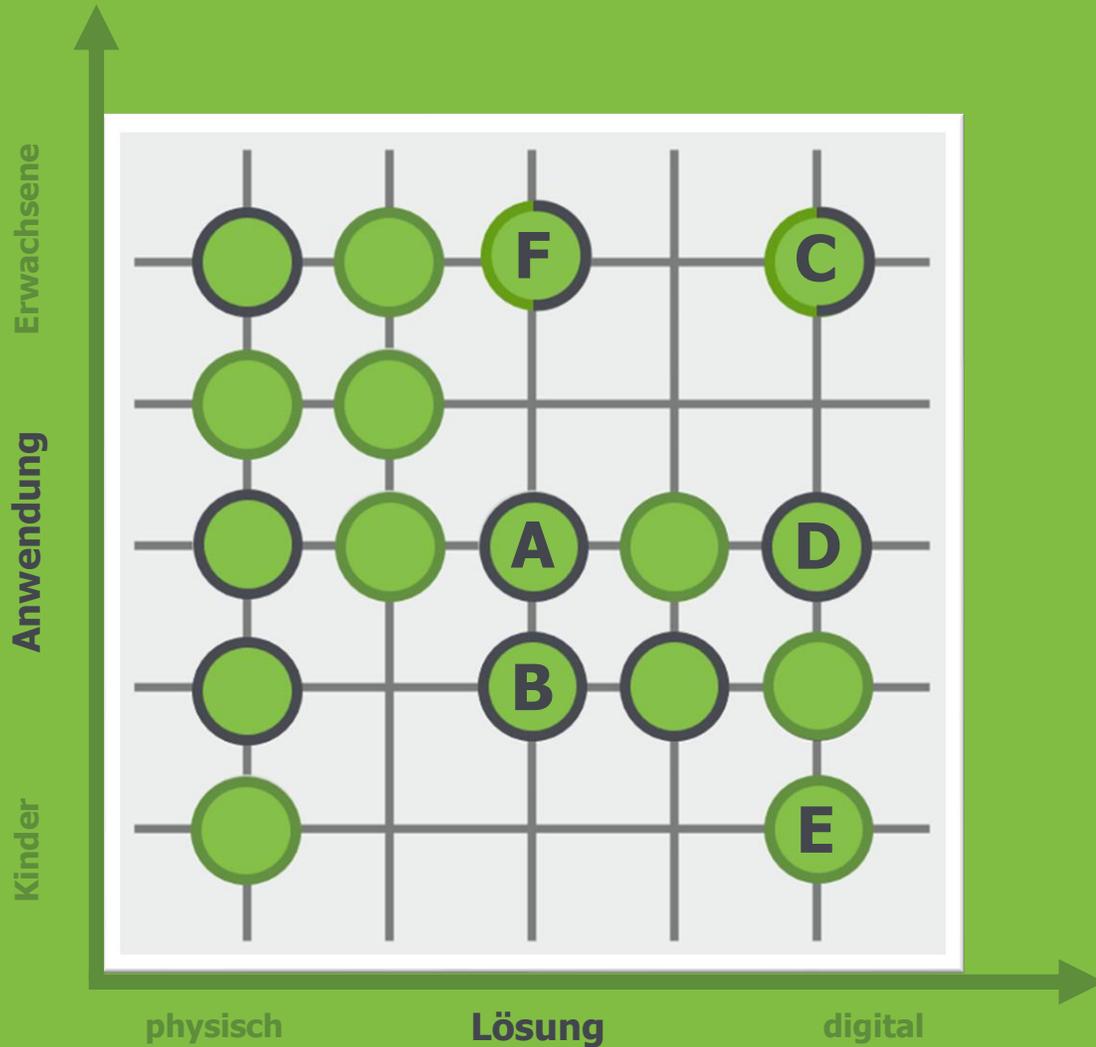
Im Bereich der Chancen-Entwicklung sind Spielräume vor allem Möglichkeitsräume – mit zahlreichen Dimensionen: Werden wir eher physisch oder digital spielen, mit Freunden oder Fremden, drinnen oder draußen? Wie werden sich die Zielgruppen verändern? Welche neuen Zielgruppen kommen hinzu? Zukunftstechnologien und Trends beeinflussen Bedürfnisse und Wünsche und werden die Art und Weise, wie wir spielen, verändern – in einigen Bereichen radikal. Selbstverständlich gibt es klassische Spiele, die sich auch in Zukunft gut verkaufen werden. Der Fokus hier soll aber auf exemplarischen Chancen liegen, die die skizzierten technologischen Entwicklungen, Trends sowie Verschiebungen und Umbrüche im Marktumfeld eröffnen. Es sind Schlaglichter in einem gigantischen Möglichkeitsraum.

Mit der grünen Zukunftsbrille leuchten Sie die Möglichkeiten der Zukunft aus. Richten Sie den Blick auf die für Sie gestaltbaren Zukünfte!

Chancen-Spielbrett: Darstellung der Dimensionen

Die 6 exemplarischen Chancen wurden anhand von drei Dimensionen entwickelt:

- 1. Lösung:** physisch <-> digital
- 2. Anwendung:** durch Kinder <-> durch Erwachsene
- 3. Ort:** indoor <-> outdoor



Ort:



indoor



outdoor

Chance A: Virtuelle Spieloberflächen



Spieloberflächen werden zunehmend virtuell erweitert oder komplett virtualisiert. Kinder und Erwachsene können Spiele in Zukunft bedarfsorientiert in großer Auswahl über Online-Plattformen beziehen. Displays und Projektionstechnologien ermöglichen neue Formen der Interaktion. Jede physische Raumboberfläche kann als Spielbrett benutzt werden. Spielecontent-Anbieter können mit innovativen Geschäfts- und Erlösmodellen (Abo, Werbefinanzierung etc.) einen riesigen Markt erschließen.

Relevante Trends und Technologien



Virtualisierung



Neue Interfaces

Chance B: Plattform für 3D-Druck-Spielzeug

Fortschritte in der 3D-Druck-Technologie und weiter sinkende Preise für 3D-Drucker und -Materialien werden es ermöglichen, dass Kinder ihr Spielzeug zunehmend selbst kreieren und herstellen. Eine Plattform als Geschäftsmodell bietet die Chance, sie dabei adäquat zu unterstützen, zum Beispiel durch Bereitstellung einer Design-Software, ein breites Angebot individualisierbarer Design-Vorlagen und einen Marktplatz für den Austausch eigener 3D-Spielzeugmodelle.



Relevante Trends und Technologien



3D-Druck



Always on

Chance C: Digitale Motivation

In der Always-on-Gesellschaft eröffnet die softwaregestützte Motivation zur Leistungssteigerung und Selbstoptimierung ein großes Chancenfeld, zum Beispiel in den Bereichen Arbeitswelt, Fitness, gesunde/diätetische Ernährung oder Bildung. Software-Entwickler und Content-Anbieter können mit innovativen Gamification-Ansätzen und attraktiven Spieldesign-Elementen diesen Zukunftsmarkt erfolgreich erschließen. 'Belohnungen' in Form von Gutscheinen, Rabatten etc. eröffnen Kooperationspartnern die Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen.



Relevante Trends und Technologien



Gamification



Always on

Chance D: Virtual-Reality-Spielräume

In den Virtual-Reality-Spielräumen der Zukunft werden unterschiedlichen Medien und Entertainmentformate wie Film, Show, Computerspiel etc. miteinander verschmelzen. Die 'Spieler' können zum Beispiel in Filmsets und Geschichten eintauchen und mit den Darstellern und anderen 'Spielern' interagieren. Virtual-Reality-Spielräume, ob zuhause oder im Kino der Zukunft, sind eine interessante Chance für Unternehmen der Fernseh-, Film-, Musik-, Sport-, Event- und Spieleindustrie.

Relevante Trends und Technologien



Erlebnis-
orientierung



Virtualisierung

Chance E: KI-Spielfreunde für Kinder

Sensoren, das Internet der Dinge und Künstliche Intelligenz werden den Spielraum Kinderzimmer verändern. Smartes Spielzeug, das auf Sprache, Gestik, Mimik und Stimmungen reagiert ist ein Wachstumsmarkt. Eine besondere Chance für Spielzeughersteller stellt der Einsatz Künstlicher Intelligenz dar, wodurch vernetztes Spielzeug den evolutionären Schritt vom phantasieanregenden Objekt/Gadget zum unterhaltsamen, zuhörenden, Wissen vermittelnden, Geschichten vorlesenden etc. Spielfreund mit Charakter vollzieht.



Relevante Trends und Technologien



Internet der
Dinge



Neue Interfaces

Chance F: Smart City Gaming

Zahlreiche Projekte ebnen zurzeit den Weg in die Stadt der Zukunft: Die vernetzte Stadt oder 'Smart City' soll das urbane Leben bequemer, sicherer und effizienter machen. Energieversorger, Mobilitätsanbieter, Einzelhändler etc. können mit interessanten Gamification-Ansätzen, Location Based Services und datenbasierten Geschäftsmodellen in einem durch Beschleunigung und zunehmende Komplexität geprägten Umfeld die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden erhöhen und diesen einen Mehrwert bieten.



Relevante Trends und Technologien



Veränderte Lebens-
und Arbeitswelten



Gamification

Erkennen und nutzen Sie mit FMG Ihre strategischen Chancen in heutigen und neuen Geschäftsfeldern

Vorher: Probleme

Bedrohungen



- Stagnation des Geschäfts
- Mangelnde Differenzierung
- Zu wenige echte Chancen und Zukunftspotenziale
- Veraltetes Geschäftsmodell
- Sorge um Zukunftsfähigkeit

Lösungen

Lösungs-Module

Die attraktivsten Chancenfelder bestimmen

Strategische Chancen und Optionen erkennen, entwickeln und bewerten

Potenziell sinnvolle neue Geschäftsfelder identifizieren

Zukunftsfähigkeit der aktuellen und potenziell neuen Geschäftsfelder bestimmen

Kandidaten für Mission und Vision entwickeln

Lösungs-Methoden und Werkzeuge



50+ effektvolle Kreativ-Werkzeuge zur Chancen-Entwicklung



Business Model Generator mit 200+ Elementen für neue Geschäftsmodelle



Strategie-Datenbank mit 100+ bewährten Prinzipien für Strategie und Positionierung



Business Evaluator zur Beurteilung der Zukunftsfähigkeit von Geschäftsfeldern



Chancen-Datenbank mit 200+ modellierten Chancen erfolgreicher Unternehmen



Empathie-Methoden zum Erkennen und Testen von Bedarfen und Lösungen (Design Thinking)



Opportunity-Generator für systematische Konzeption Ihrer Ausrichtungsoptionen



Visual Datenbank für durchgehend visuelles Denken im Arbeitsprozess

Nachher: Wirkungen

Chancen



- Glaubwürdige Chancen für strategische Innovationen
- Klare Differenzierung
- Gutes Geschäftsmodell
- Ausrichtung auf aussichtsreiche Märkte

A woman in a light blue shirt and grey skirt is peeling away a dark, stormy sky to reveal a bright blue sky with white clouds and a green field. The scene is split diagonally, with the dark sky on the left and the bright sky on the right. The woman is on the left, reaching up to peel the dark sky away. The bright sky on the right is filled with white clouds and a green field below. The overall message is one of optimism and a bright future.

Have a bright future!

- ¹ Johnson, Steven (2016): Wonderland. How Play Made the Modern World, New York
- ² Mattel (2016): Barbie Hoverboard, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 31.01.2016, Abrufdatum: 10.05.2017
- ³ SwapBots (2017): Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 09.05.2017
- ⁴ Toywheel (2016): Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2016, Abrufdatum: 09.05.2017
- ⁵ WowWee (2017): Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 11.05.2017
- ⁶ TinkerToys (2017): Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 11.05.2017
- ⁷ Mattel (2017): Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2016, Abrufdatum: 11.05.2017
- ⁸ Juniper Research (2015): Smart Toy Revenues To Hit \$2.8BN This Year, Driven By Black Friday & Christmas Holiday Sales, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 09.11.2015, Abrufdatum: 08.05.2017
- ⁹ Statista (2017): Smart Home, Hamburg ([Link](#))
- ¹⁰ Facebook (2017): Facebook Spaces, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 03.05.2017
- ¹¹ Siliconic Home (2016): Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2016, Abrufdatum: 08.05.2017
- ¹² ICAROS GmbH (2016) Website des Unternehmens, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 10.04.2017
- ¹³ Niantic, Inc. (2016) Website Pokémon GO, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2016, Abrufdatum: 12.05.2017
- ¹⁴ A.R.S. – Alternate Reality Strategies GmbH (2016): Website Thadeus Roth, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 14.04.2017
- ¹⁵ THE ROOM - Live Escape Game Berlin UG (2017): Website The Room, [Link](#), Veröffentlichungsdatum: 2017, Abrufdatum: 12.05.2017

Weitere Market Foresights kostenlos für Sie zum Download



BILDUNG DER ZUKUNFT



DIE ZUKUNFT DES REISENS



FUTURE URBAN MOBILITY



SMARTER HOSPITALS



LIVING 2025: ALWAYS @ HOME?



DIGITAL LOGISTICS



SMART SERVICE 2025



ZUKUNFTSMARKT PRÄVENTION



ZUKUNFTSMARKT DIGITALE BILDUNG



TRANSHUMANISMUS



SMART CARS ARE COMING FAST



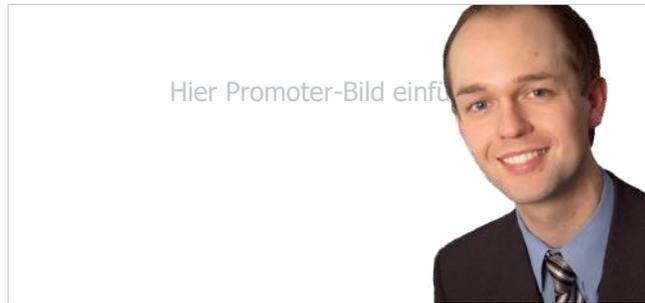
DAS BÜRO ALS DENKRAUM



FMG

FutureManagementGroup AG

We Inspire and Equip Leaders
for Vision and Strategic Foresight



Stefan Schnack

Senior Futures Researcher bei der FutureManagementGroup AG

ST@FutureManagementGroup.com

+49 - (0)6123 60109 – 18

Über die FutureManagementGroup AG

Die FutureManagementGroup AG unterstützt seit 1991 Führungsteams internationaler Unternehmen dabei, Chancen in Zukunftsmärkten zu erkennen und eine motivierende und zukunftsrobuste Ausrichtung, Vision und Strategie zu entwickeln und zu implementieren.

So schafft sie die wichtigste Grundlage für Wettbewerbsvorteile, wirksame Führung und großen nachhaltigen Erfolg für Unternehmen und Mitarbeiter.

Impressum

© FutureManagementGroup AG, 2017

Wallufer Straße 3a
D-65343 Eltville

Telefon: +49 (0)6123 60109 – 0
Telefax: +49 (0)6123 60109 - 29

office@futuremanagementgroup.com
www.FutureManagementGroup.com

Büroanschrift Schweiz:
Haldeweg 9
CH-6263 Richenthal
Telefon: +41 - (0)62 - 756 58 81

Vorstand:

Dr. Pero Mičić (Vorsitzender),
Martin Ruesch

Aufsichtsratsvorsitzender:
Prof. Dr. Peter Mettler

Registergericht: Amtsgericht Wiesbaden
Eintragungsnummer: HRB 17918
Umsatzsteuer-Ident.-Nr: DE 227 644 650

Bilder und Grafiken

© iStock / FutureManagementGroup AG

Die Bilder und Grafiken in diesem Dokument sind urheberrechtlich geschützt. Bei weiterer Verwendung dieser Materialien setzen Sie sich bitte mit dem Rechteinhaber in Verbindung.

ISSN: 2363-6734