

DIE ZUKUNFT VON SMART HOME



ZUSAMMENFASSUNG DER KERNERGEBNISSE



Smart Home ist im Massenmarkt angekommen. Mehr als die Hälfte der deutschen Haushalte besitzt mind. ein smartes Gerät. Dabei sind über 60% der Käufer im Alter unter 40 Jahren und leben mit 2 oder mehr Kindern in eigenem Wohnraum. Ältere Konsumenten in kleineren Haushalten zeigen ein weiteres massives Wachstumspotenzial.



Bequemlichkeit ist der derzeitige Haupttreiber als Anwendungsfall für Smart Home mit knapp 80% Zustimmung unter Kunden. Das Thema Sicherheit hat hingegen das größte Einzelpotenzial.



Die derzeitige Debatte um **Inflation und Verteuerung von Gas und Strom** gibt Smart Home Lösungen einen außerordentlichen Schub. Die Nachfrage nach Lösungen zum Energiesparen hat sich **im Vergleich zum letzten Jahr fast verdoppelt.**



Die **intuitive Bedienbarkeit & Interoperabilität sind führende Bedürfnisse** von Anwendern, während zum Beispiel das Design von Produkten als Entscheidungskriterium wenig Bedeutung für Kunden besitzt.



Neben dem Produkt interessieren sich Kunden auch für **zusätzliche Services**, vor allem automatische Update- und Fernwartungsservices. **Gerade bei smarten Heizungsanlagen** bietet sich hier weiteres Einsparpotenzial für den Endkunden durch weniger häufige Handwerkerbesuche.



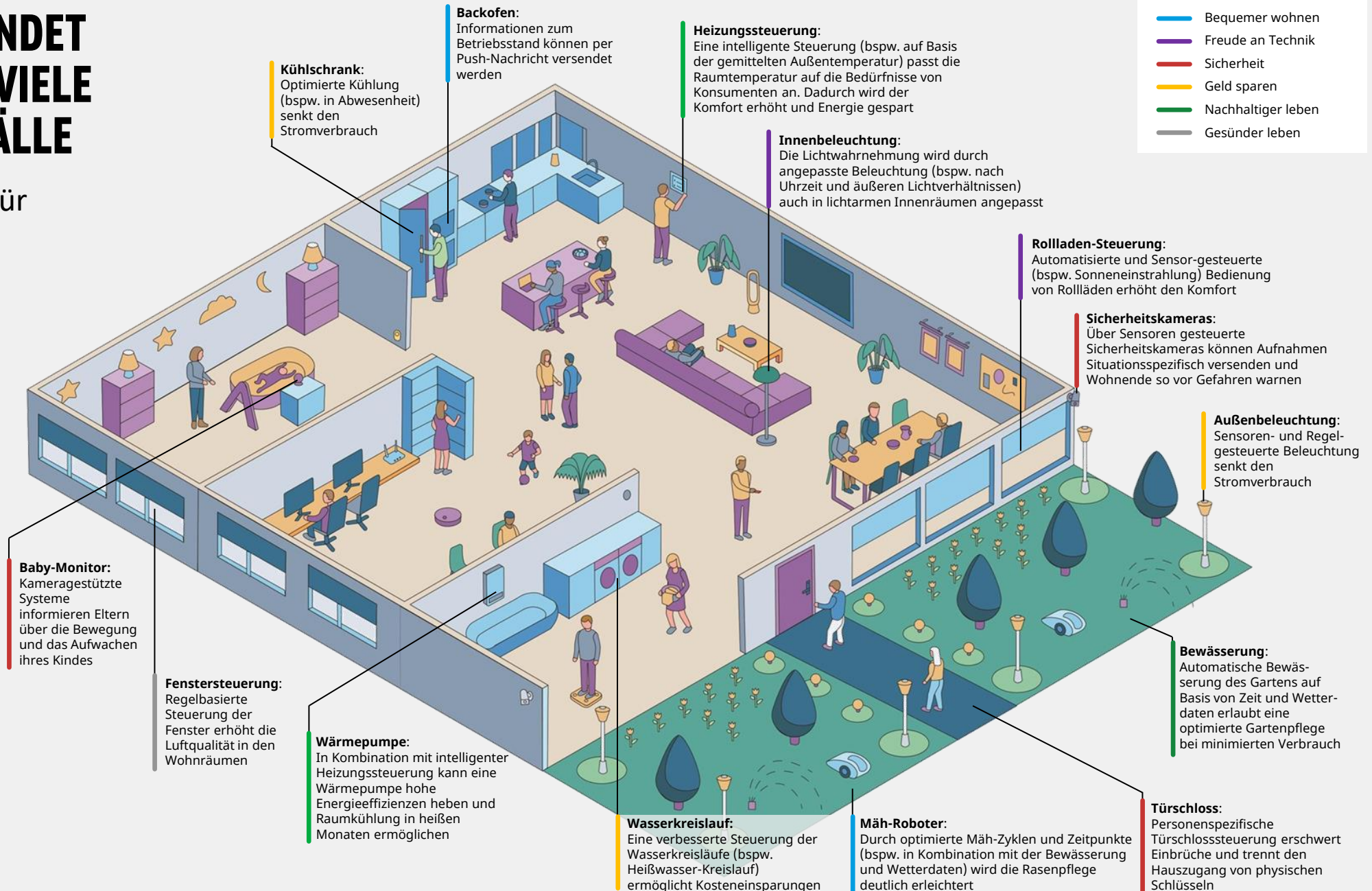
Datensicherheit als Thema im Smart-Home Kontext ist eine **generelle Einstiegsbarriere**. Denn während nicht-Käufer dieses Thema als wichtig erachten, ist für Käufer die Datensicherheit ein unwesentlicher Treiber der Kaufentscheidung zwischen Produkten.



Heutige **Kaufhindernisse sind vor allem der wahrgenommene Preis** – für 40% der Grund für den Nicht-Kauf. Fehlende Klarheit zum Nutzen folgt direkt – insb. im Kontext der Energieeffizienz. Ein klares Anzeichen dafür, dass **gute Beratung rund um den Mehrwert einer Smart Home Lösung wichtig** ist.

SMART HOME FINDET BEREITS HEUTE VIELE ANWENDUNGSFÄLLE

Illustrative Beispiele für Anwendungsfälle





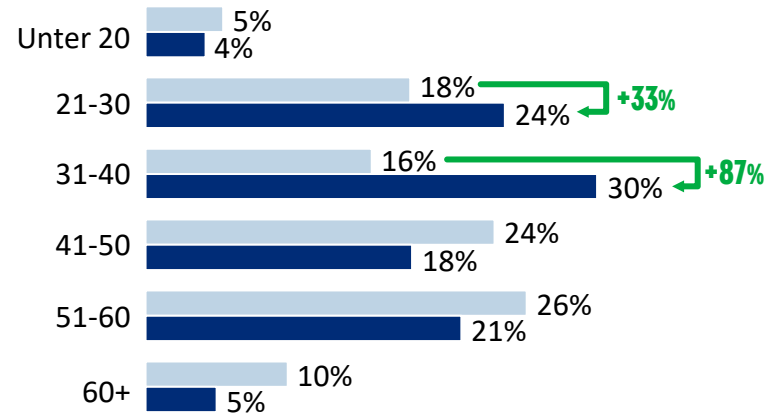
DER HEUTIGE SMART-HOME MARKT IST DURCH JUNGE KINDERREICHE FAMILIEN MIT VIEL WOHNRAUM GEPRÄGT

Demographie

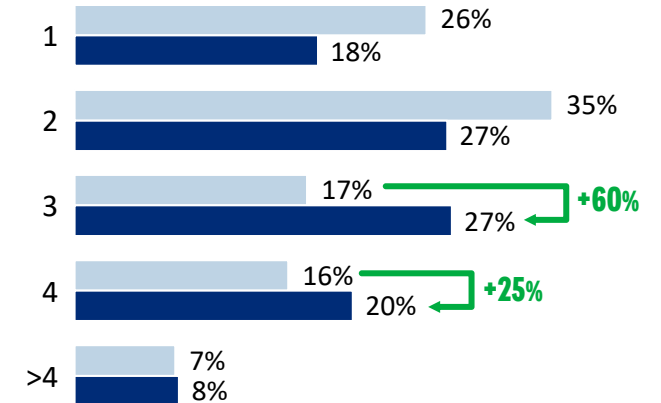
Nennungen der Befragten, Smart-Home Käufer ggü. Nicht-Käufern

Käufer Nicht-Käufer

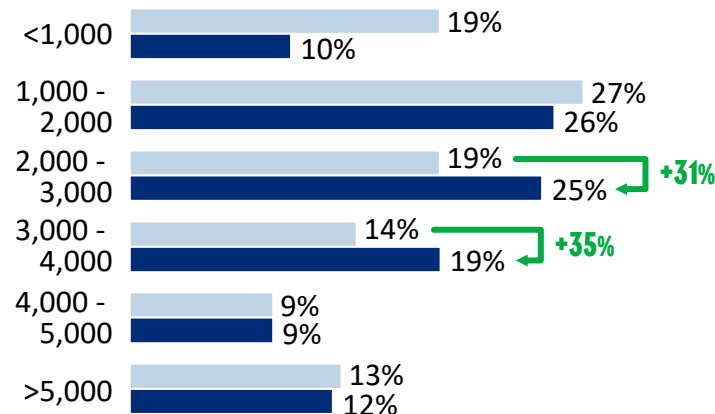
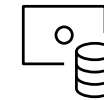
Alter



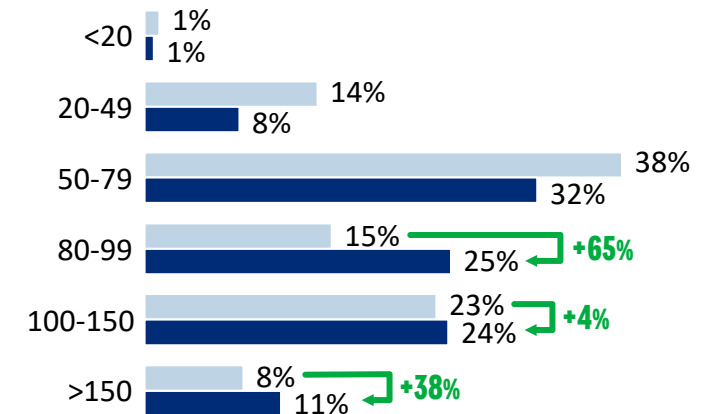
Anzahl Personen im Haushalt



Haushaltseinkommen in EUR¹



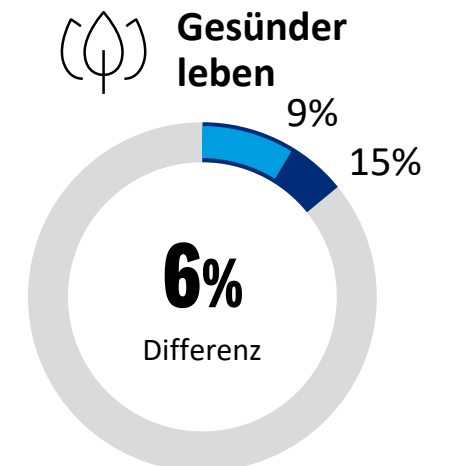
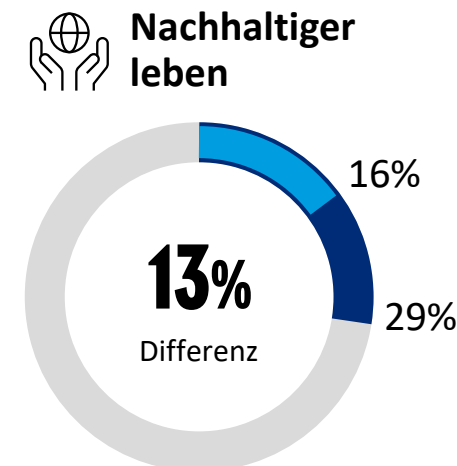
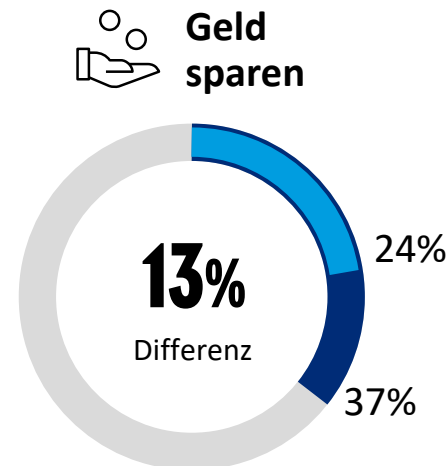
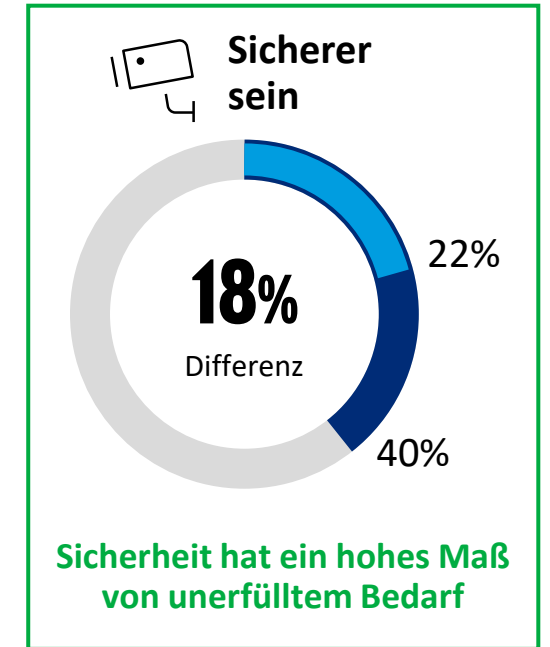
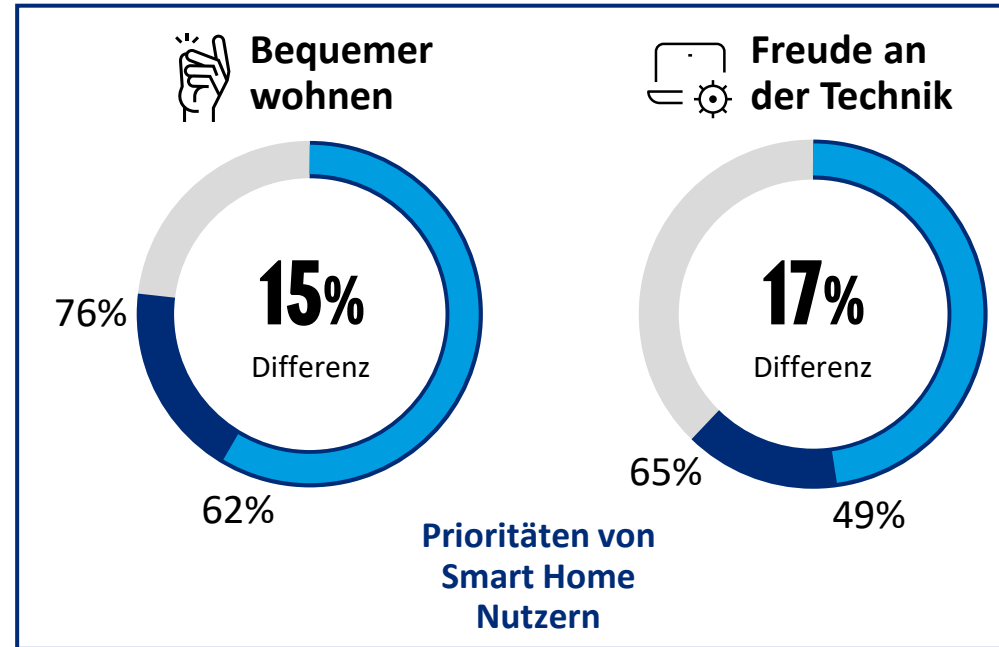
Wohnraum in m²





BEQUEMLICHKEIT & TECHNIK-AFFINITÄT PROMINENT – POTENZIAL BEI SICHERHEIT

Bekanntheit und Kauf-Attraktivität von Anwendungsfällen
Nennungen der Befragten (Käufer)

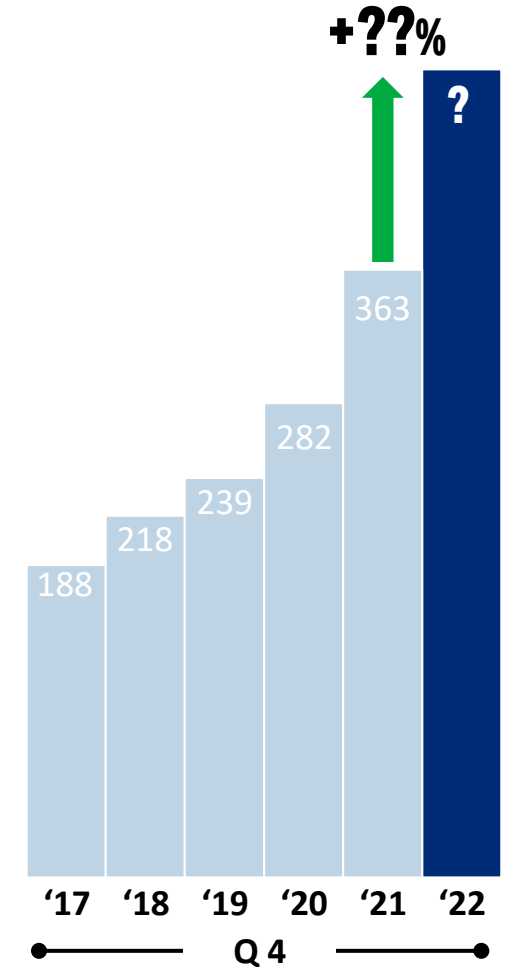
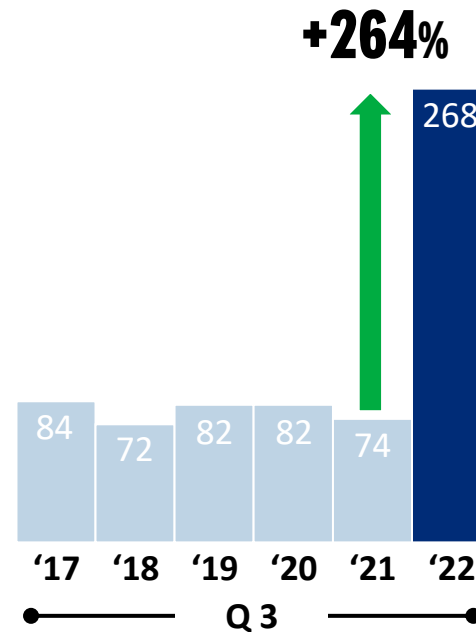
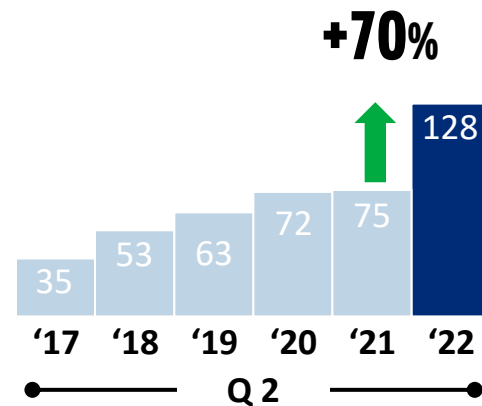
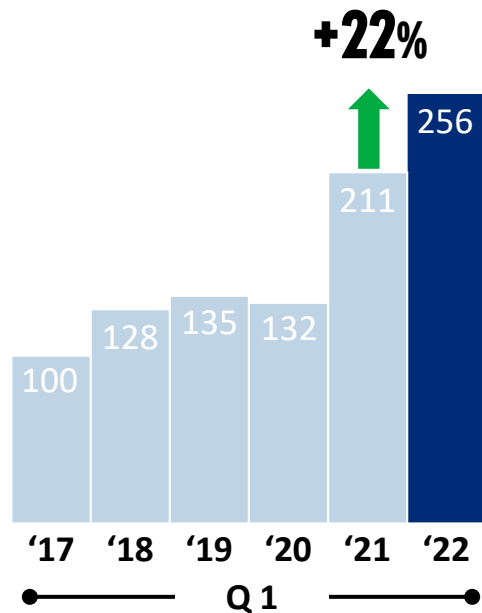


AKTUELLER DISKURS UM INFLATION & ENERGIEKOSTEN SCHIEBT SMART HOME DEUTLICH AN



Aufmerksamkeit und Interesse für Smart Home Anwendungen für Energie

Anzahl der durchschnittlichen Suchanfragen im Quartal für „smart thermostat“ bei Google, indexiert Q1 2017=100

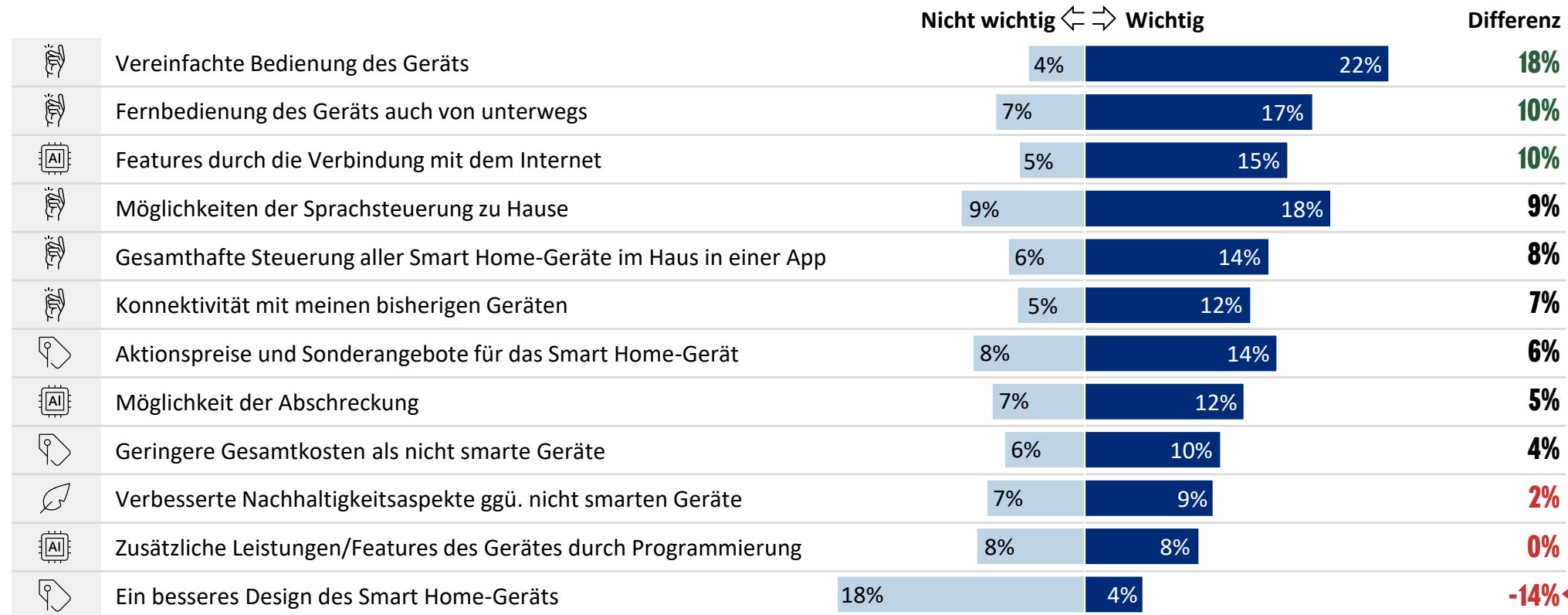


Quelle: Google Trends, August 2022

VEREINFACHTE STEUERUNG/KONNEKTIVITÄT VON HÖCHSTER RELEVANZ



Relevanz von Kaufkriterien bei Kauf eines Smart-Home Produkts Nennungen der Befragten (Käufer)



Optik von Smart-Home Produkten ggü. nicht smarten Alternativen wird als unwichtig eingeschätzt

Bequemlichkeit Technisches Angebot Preis/Kosten & Design Nachhaltigkeit

Quelle: Oliver Wyman Konsumentenumfrage (n=1002)



SMART HOME KUNDEN WÜNSCHEN SICH SERVICE-VERMITTLUNG – INSB. UPDATE- UND WARTUNGSSERVICES SIND GEFRAGT

Service-Nachfrage für Smart Home Geräte

Nennungen von Käufern in %



Automatischer Update-
bzw. Wartungsservice

57%

Vermittlung passender
Verträge

27%

Vermittlung von
Dienstleistern

25%

Kein Service

19%

Service-Nachfrage für Smart Home Heizungssteuerungs-Geräte

Nennungen der Käufer von smarterer Heizungssteuerung in %



Automatischer Update-
bzw. Wartungsservice

70%

Vermittlung von
Dienstleistern

32%

Vermittlung passender
Verträge

28%

Kein Service

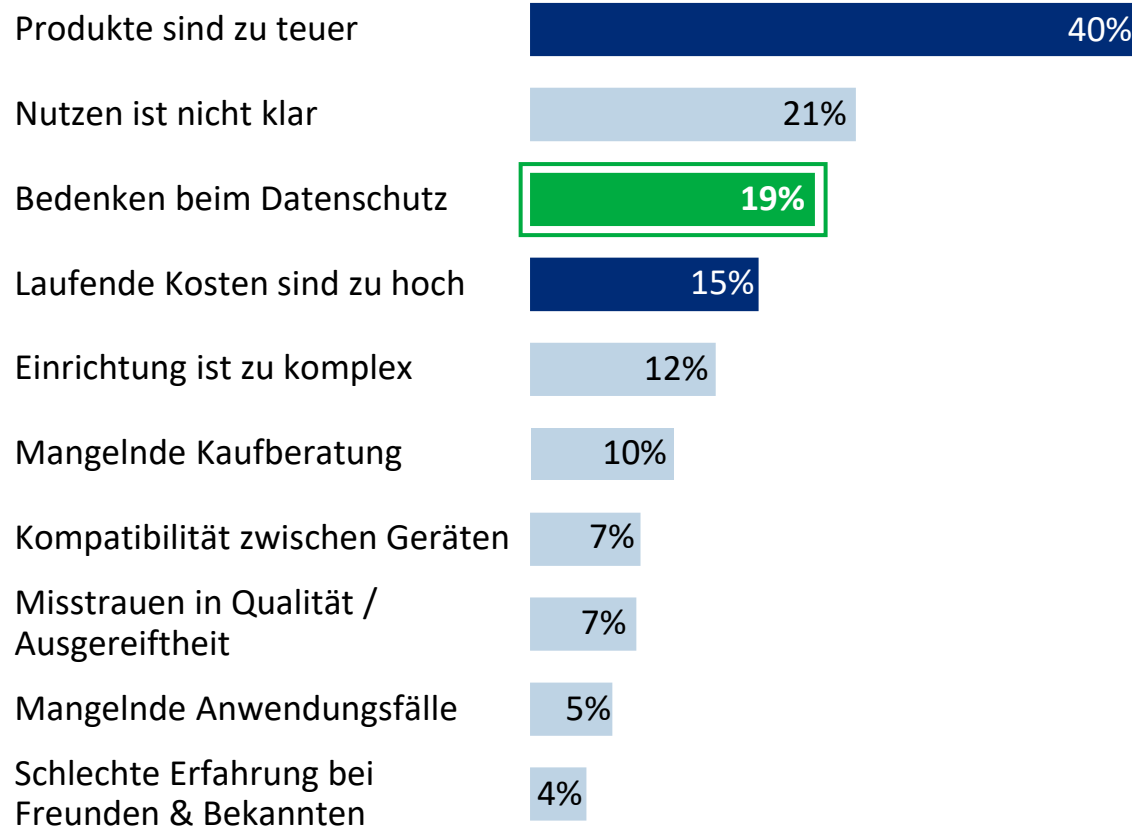
16%

DATENSICHERHEIT FÜR ENTSCHEIDUNG ZWISCHEN PRODUKTEN WENIGER WICHTIG



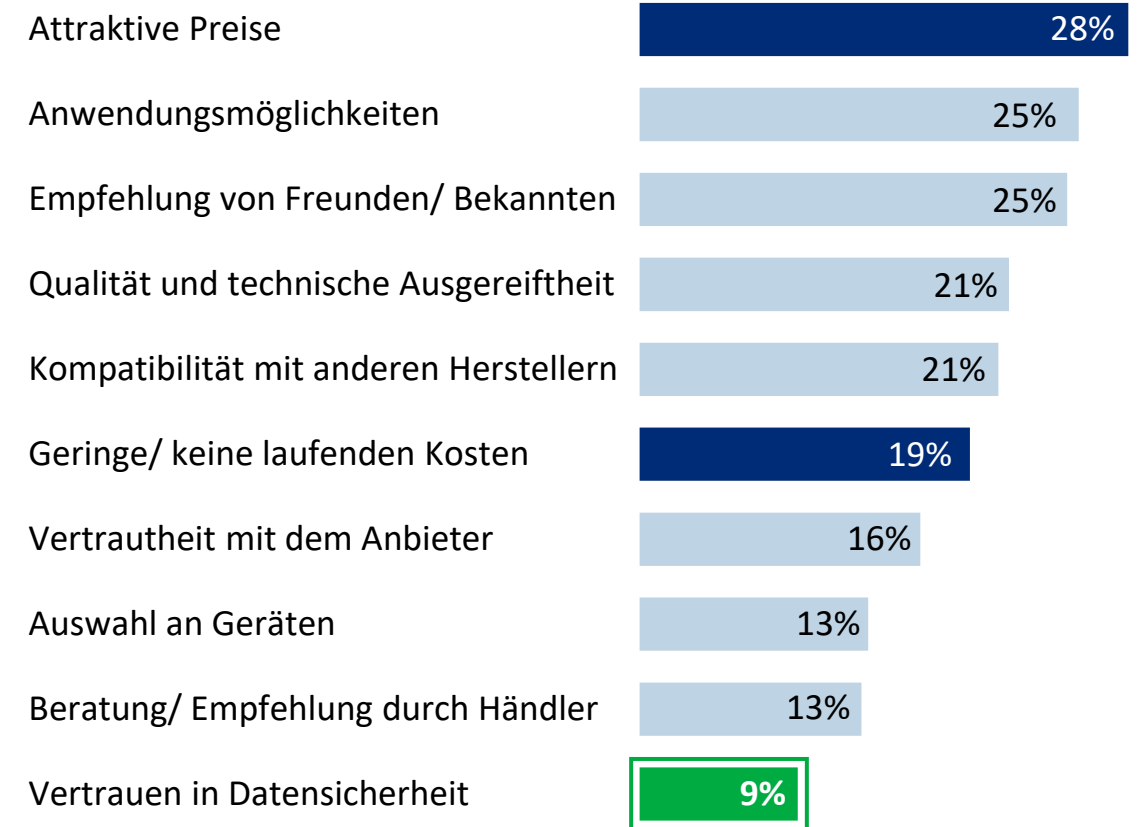
Hürden der Kaufentscheidung für Nicht-Käufer

Nennungen der Befragten (Nicht-Käufer)



Treiber der Kaufentscheidung für Käufer

Nennungen der Befragten (Käufer)



Preis & Kosten Nutzen, Bedienbarkeit & Beratung Datenschutz & Sicherheit

Quelle: Oliver Wyman Konsumentenumfrage (n=1002)

