

## Zweistelliges Umsatzwachstum, aber:

# Smart Home - noch immer ein Nischenmarkt

Seit rund zwanzig Jahren wird von den Möglichkeiten des sog. Smart Home berichtet. Die Entwicklung ist in der Theorie tatsächlich sehr weit fortgeschritten und beeindruckend, aber in der Praxis zeigt sich, dass es noch immer eine Minderheit ist, die solche Technologien nutzt. Gründe hierfür liegen u.a. darin, dass noch immer kein einheitlicher Standard existiert, dass jeder Hersteller eigene Begrifflichkeiten entwickelt hat, die es Laien quasi unmöglich machen, eine sachgerechte Entscheidung zu fällen.

Es gibt inzwischen kaum noch etwas, was nicht in einer smarten Variante hergestellt wird. Dies führt zu einer großen Vielfalt und Unübersichtlichkeit. Wikipedia führt 2020 unter dem Schlagwort „Smart Home“ mehr als 20 Basistechnologien zur Vernetzung eines Hauses oder einer Wohnung auf, die nicht unbedingt kompatibel sind. Hier bietet sich für den Fachhandel die Chance, den Kunden mit einer fundierten Beratung zur Seite zu stehen.

### Bedenken der Verbraucher

Viele Verbraucher sind nach wie vor skeptisch, was den Einsatz smarter Geräte angeht. Fast 50% haben datenschutzrechtliche Bedenken, genauso viele fürchten die Abhängigkeit von der Technik und ein Drittel hat Angst vor Hackerangriffen. Auch schreckt der Preis viele potentielle Nutzer ab, ebenso die fehlende Kompatibilität. Weiterhin stellte sich heraus, dass durch smarte Komponenten oftmals neue Probleme entstehen, die mehr stressen, als dass sie zur Bequemlichkeit beitragen.

Vielen Geräten fehlt auch der praktische Nutzen: Warum soll ich den Trockner per App vom Sofa aus steuern, wenn ich ohnehin im Keller die Wäsche aus der Waschmaschine nehmen und sie in den Trockner legen muss?

### Noch immer kein Massenmarkt

Da die erste Welle der Verbraucher, die Produkte als Erste kaufen und nutzen, langsam nachlässt, sucht die Branche nach Möglichkeiten, die Nachfrage zu beleben und das Smart-Home-Konzept auf ein neues Level zu bringen. Denn diese Verbraucher kaufen aus anderen Gründen als der Durchschnittskonsument. Für sie ist es wichtig, dass die Produkte cool sind und im Trend liegen. Um

diese smarten Lösungen jedoch dem Massenmarkt näherzubringen, müssen weitere Vorteile in den Vordergrund gestellt werden, wie zum Beispiel, dass Smart Homes Verbrauchern den Alltag erleichtern und auch nachhaltig sein können.

Smart Homes – Doch noch nicht smart genug? So lautete eine Pressemitteilung der GfK zur IFA 2019 in Berlin. Während die Idee eines Smart Homes bei Verbrauchern im Allgemeinen gut ankommt, sieht die Realität aktuell noch anders aus und gleicht eher einer Ansammlung isolierter smarterer Geräte im Zuhause. Während smarte Haushaltsgeräte von Januar bis Juni 2019 ein solides Umsatzplus von 42% verzeichneten, konnten Geräte im Bereich Smarte Energieversorgung und Beleuchtung um 25% wachsen. Trotz eines ausbleibenden Umsatzwachstums, bleibt die Kategorie Smart Entertainment (smarte TVs und Lautsprecher) in den fünf größten europäischen Märkten mit insgesamt 6,3 Mrd. Euro Umsatz die größte Kategorie im ersten Halbjahr 2019.

### Einsatzbereiche

Es gibt vier große Bereiche, die im Smart Home berücksichtigt werden können: **Hausautomation**, dies ist alles, was an Überwachungs-, Steuer-, Regel- und Optimierungseinrichtungen in Wohnhäusern genutzt wird. Insbesondere die Steuerung von fest mit dem Gebäude verbauten Objekten wie Jalousien, Alarmanlagen, Beleuchtung oder Heizung. Gesteuert werden diese Anlagen direkt in der Wohnung über Tablett, Smartphone oder Panel, oder auch per Fernzugriff über mobile Apps.

Dann gibt es **Geräte**, die **Verbrauchsmessungen** vornehmen und mit dem Energieversorger verbunden sind, der dann individuelle Angebote machen kann.

Des Weiteren können **Abläufe automatisiert** werden: die Kaffeemaschine kocht morgens zur vorgegebenen Zeit den Kaffee. Auch Türschlösser können sich automatisch verschließen, wenn man das Haus verlässt, bzw. die Tür automatisch öffnen, wenn man sich nähert.

Ein weites Feld sind **Sicherheitsfeatures**. Sensoren reagieren auf Rauch,

Gas, Wasser, Bewegung, und warnen durch Push up Meldungen oder Signaltöne. Hier sind verschiedenste Kombinationen möglich: Verbindungen mit Kameras, die bei Bewegungen aufzeichnen, Alarmanlagen, die die Polizei alarmieren, ... Sensoren, die bei Gesundheitsgefährdungen lüften und auch Warnsignale senden. Ein großes Segment sind auch sprachgesteuerte Geräte, die inzwischen sehr ausgereift sind und gute Dienste leisten, wenn man keine Hand frei hat, die Schriftsprache nicht so gut beherrscht oder es einfach bequem findet. Problematisch ist hier wieder der Datenschutz.

Das Produktspektrum ist also sehr groß und demzufolge auch für die unterschiedlichsten Geschäftsbereiche interessant. Sowohl für den PVH als auch für den Einzelhandel; für Küchenfachhändler, für Motoristen, für den klassischen Eisenwarenhandel, für Porzellaner, für Baumärkte, für Sicherheitsfachgeschäfte.

### Herausforderung für den Handel

Dieser Markt ist also ein sehr anspruchsvoller Markt, der auch nach 20 Jahren kein Selbstläufer ist. Je nach Alter der Kunden ist die Bereitschaft, smarte Produkte zu nutzen, sehr unterschiedlich. Jüngere sind deutlich experimentierfreudiger als ältere. Smarte Produkte sind individuelle Produkte, sie müssen zum Kunden passen. Die einen wollen hip und trendy sein, die anderen müssen von den Vorteilen überzeugt werden. „Überzeugt“ ist das Schlüsselwort. Sie müssen Ihre Kunden mit hoher Kompetenz und ohne Verschweigen möglicher Probleme beraten. Gegebenenfalls müssen Sie auch davon abraten, bestimmte Dinge zu kaufen.

### Nachhaltigkeit

Aktuelle Studien haben gezeigt, dass smarte Produkte auch nachhaltig sein können. Wer z.B. eine smarte, intelligente Steuerung seiner Jalousien einsetzt, die je nach Wetterlage die Jalousien herauf oder herunter fährt, die Fenster öffnet oder schließt, kann ohne Klimageräte die Temperaturen im Haus deutlich senken. In Zeiten des Klimawandels mit zunehmend heißeren Sommern ein interessanter Effekt. Hier werden Energiekosten in erheblicher Höhe eingespart.

Weniger nachhaltig ist allerdings der erhöhte Strombedarf smarter Geräte und ggf. der Batterieverbrauch.

### Erwartungen der Verbraucher

Verschiedene GfK-Studien zeigen, dass sich 53% der Befragten eine effizientere Energienutzung wünschen, 48% möchten ihr Zuhause von unterwegs aus überwachen und 41% möchten, dass ihre Haushaltsgeräte miteinander kommunizieren.

Für Produkte, die das Leben einfacher gestalten und auf die eigenen Bedürfnisse eingehen, sind Verbraucher bereit, einen Aufpreis zu zahlen. Sie erwarten, dass smarte und vernetzte Lösungen ihr Zuhause zu einem sichereren, gesünderen, effizienteren Ort machen, in dem Dinge automatisch passieren. Laut der Studie „GfK Consumer Life“ stehen 24 % der befragten jungen Familien der Idee einer Technologie, die sie kennt, ihnen Empfehlungen ausspricht und aufgrund ihrer Präferenzen Maßnahmen ergreift, positiv gegenüber. Das steht im Gegensatz zu 6% der älteren Befragten und unterstreicht deren eher skeptische Einstellung dazu. Würden jedoch die Bedenken ausgeräumt und Vertrauen in die Technologie geschaffen, könnten auch Silver Surfer Gefallen zum Beispiel an Smart-Health-Lösungen finden.

Igor Richter, GfK-Experte für Telekommunikation und smarte Haushaltsgeräte, ergänzt: „Es geht nicht darum, ob Smart Homes Realität werden oder nicht, es geht darum, wie man gewisse Hürden überwindet. Die smarte Zukunft hat bereits begonnen. Gut durchdachte indivi-

duelle Lösungen in einem Ökosystem bieten eine Chance, Smart Homes der Zukunft zu ermöglichen.“

### Marktzahlen 2019

In Deutschland konnte der Markt für Smart-Home-Geräte im ersten Halbjahr 2019 wieder eine positive Entwicklung vorweisen. Bis Juni 2019 wurden mit vernetzbaren Haushaltsgeräten (ohne TV-Geräte) insgesamt 1,37 Mrd. Euro umgesetzt, was einem Plus von 11% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Wachstumstreiber waren Elektrogroßgeräte (plus 39% in Wert) und Elektrokleingeräte (plus 30% in Wert). Im Bereich der Elektrogroßgeräte erfreuten sich vor allem vernetzbare Waschmaschinen steigender Beliebtheit. Das Wachstum der Elektrokleingeräte wurde durch den Erfolg intelligenter Staubsauger getrieben. Aber auch das klassische Smart Home Segment „Heimautomatisierung und Sicherheit“ konnte ein Umsatzplus von 7% verzeichnen. Ein Grund dafür war die positive Entwicklung bei smarten Thermostaten, die 26% mehr Umsatz als im Vorjahreszeitraum generierten.

### Entwicklung eines gemeinsamen Standards

Den bislang letzten Versuch, einen gemeinsamen Standard zu etablieren, haben im Dezember 2019 Amazon, Apple, Google, ZigBee und andere angekündigt. Bis Ende des laufenden Jahres soll connected Home over IP umgesetzt sein. Gemeinsam will man folgende Ziele verfolgen:

- Die Sicherheit intelligenter Smart-Home Geräte erhöhen.
- Die Kompatibilität zwischen den Geräten verschiedener Hersteller untereinander erhöhen.
- Einführung eines neuen lizenzfreien Verbindungsstandards.

Basis bilden markterprobte Smart Home-Technologien von Amazon, Apple, Google und der ZigBee Alliance. Die Entscheidung, diese Technologien als Basis für das Protokoll zu verwenden, wurde getroffen, um die Entwicklungszeit zu beschleunigen „und somit Herstellern und Verbrauchern schneller Vorteile bringen“, so Apple, Google und die ZigBee Alliance in einer gemeinsamen Presseerklärung.

Leider planen die Mitglieder der Connected Home over IP Projektgruppe laut Eigenangabe derzeit (12/2019) keine Standardisierung der Benutzeroberflächen von Sprachassistenten, Smart-Displays oder Desktop- und mobilen Apps.

### Infomaterial

Es gibt unzählige Seiten im Netz, die Informationen zum Thema Smart Home bereitstellen. Einen guten Überblick bietet: [https:// www.homeandsmart.de/ was-ist-ein-smart-home](https://www.homeandsmart.de/was-ist-ein-smart-home).



Ein hilfreiches Instrument, um den tatsächlichen Bedarf Ihrer Kunden zu erfassen, ist der Fragebogen des Institutes für Gebäudetechnologie. Sie erhalten den Bogen unter [www.igt-institut.de/smart-home-fragebogen](http://www.igt-institut.de/smart-home-fragebogen) oder in der Geschäftsstelle: E-Mail: [claudia.koch@zhh.de](mailto:claudia.koch@zhh.de)

Anzeige

# Digitale Transformation meistern

## eventa

# Fit 4 Future



Business-Software  
für erfolgreiche Unternehmen

[www.nissen-velten.de](http://www.nissen-velten.de)