

Pressemitteilung

Smart Homes – Doch noch nicht smart genug?

4. September 2019

Julia Richter
Public Relations
Tel.: +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Nürnberg, 4. September 2019 – Heute verfügt eine Vielzahl von Geräten in unserem Zuhause über smarte und vernetzte Funktionalitäten. In Europa werden in diesem Jahr beispielsweise rund 26 Prozent der 255 Milliarden Euro, die für technische Konsumgüter ausgegeben werden, für smarte Geräte wie zum Beispiel Überwachungskameras, Geräte zur Luftreinigung, Fernseher, Heimaudio-Systeme, Staubsaugerroboter und smarte LED Leuchten ausgegeben. GfK geht davon aus, dass der Markt für smarte Geräte (ohne Smartphones und Smartwatches) in diesem Jahr weltweit um etwa 9 Prozent von 122 Milliarden Euro auf 133 Milliarden Euro wachsen wird. Das sind Ergebnisse von GfK zum globalen Smart-Home-Markt anlässlich der IFA 2019 in Berlin.

Die Technologie in unserem Zuhause hat in den letzten Jahrzehnten beispiellose Veränderungen erfahren – und ein Ende ist nicht absehbar. Die Durchdringung von smarten Geräten im Haushalt fällt sehr unterschiedlich aus. Smart-TVs machten im ersten Halbjahr 2019 in Deutschland, im Vereinigten Königreich, in Frankreich, Italien und Spanien 80 Prozent der verkauften Fernseher aus. Bei smarten Staubsaugerrobotern und Geschirrspülern waren die Verbraucher vergleichsweise verhalten. Sie genierten Anteile von rund 12 beziehungsweise 4 Prozent.

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 Prozent verzeichneten, konnten Geräte im Bereich Smarte Energieversorgung und Beleuchtung um 25 Prozent wachsen. Trotz eines ausbleibenden Umsatzwachstums, bleibt die Kategorie Smart Entertainment (smarte TVs und Lautsprecher) in den fünf größten europäischen Märkten* mit insgesamt 6,3 Milliarden Euro Umsatz die größte Kategorie im ersten Halbjahr 2019.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel.: +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Aufsichtsratsvorsitzender:
Ralf Klein-Bölting

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

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.

Das Leben einfacher gestalten und es an Bedürfnisse anpassen

GfK-Studien zeigen, dass sich 53 Prozent der Befragten eine effizientere Energienutzung wünschen, 48 Prozent möchten ihr Zuhause von unterwegs aus überwachen und 41 Prozent möchten, dass ihre Haushaltsgeräte miteinander kommunizieren. Diese klaren Erwartungshaltungen stellen Verbraucher an die Branche und Händler sowie an die Weiterentwicklung des Smart-Homes-Konzepts.

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

Deutschland: Markt für Smart-Home-Geräte wächst im ersten Halbjahr auf 1,37 Milliarden Euro

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 Milliarden Euro umgesetzt, was einem Plus von 11 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht. Wachstumstreiber waren Elektrogroßgeräte (plus 39 Prozent in Wert) und Elektrokleingeräte (plus 30 Prozent 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 Prozent verzeichnen. Ein Grund dafür, war die positive Entwicklung bei smarten Thermostate, die 26 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahreszeitraum generierten.

Anmerkungen

*Die fünf Märkte sind Deutschland, das Vereinigte Königreich, Frankreich, Italien und Spanien. Darüber hinaus führt GfK länderspezifische Smart-Home-Studien durch. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an public.relations@gfk.com.

Zur Methode

Die hier vorgestellte globale Trendanalyse basiert auf verschiedenen GfK-Forschungsmethoden wie dem Point of Sale Tracking sowie der Verbraucherforschung im Markt für Konsumgüter im Jahr 2018. Basis ist der GfK Panelmarkt – Summe aller durch GfK gemessenen Absatzkanäle. Alle Umsatzzahlen in Euro sind auf der Basis eines festen Wechselkurses berechnet.

Pressekontakt: Julia Richter, Tel.: +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Treffen Sie GfK auf der IFA in Berlin vom 6. bis 11. September 2019:

In der IFA NEXT Messehalle 26 und im GfK-Büro auf der IFA (Level 4, VIP2, Großer Stern) finden Sie unsere Experten für Gespräche vor Ort.

Im Zeitraum der IFA 2019 wird GfK Pressemitteilungen bezüglich IT, Fernsehen, Smartphones, Audio-Geräten, Haushaltskleingeräten, Haushaltsgroßgeräten, Smart Home, Borderless Shopping und des technischen Konsumgütermarkts herausgeben. Weitere Informationen erhalten Sie auf <https://www.gfk.com/de/presse/>.

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfkdeutschland