



MÜCKE STURM | COMPANY
Management Consultants



Smart Home Index 2017

*Connected Living in Kooperation mit
Mücke, Sturm & Company*

www.connected-living.org | www.muecke-sturm.de

Studie “Smart Home Index 2017” - Key Findings



80%

der Befragten kennen den Begriff “Smart Home”

40%

der Befragten haben kein smartes Gerät

#1

das Segment Entertainment hat den höchsten Anteil an Haushalten mit mindestens einem smarten Gerät

15%

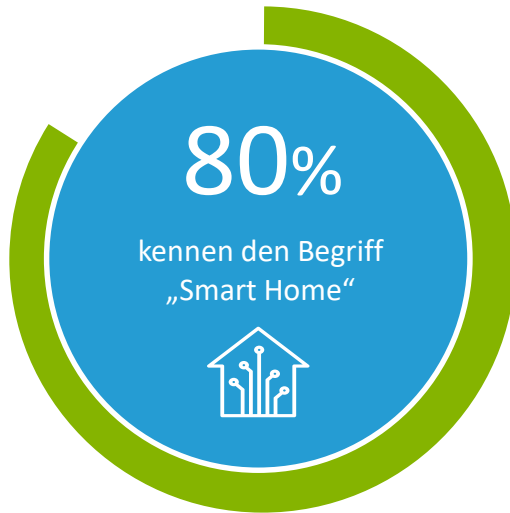
der Befragten sind Heavy Smart Home Nutzer mit mehr als sechs smarten Produktgruppen im Haushalt

4,1

smarte Produktgruppen sind durchschnittlich in den Haushalten von Smart Home Nutzern vorhanden



Smart Home ist der breiten Mehrheit der Befragten bekannt und mehr als die Hälfte hat ein smartes Gerät.

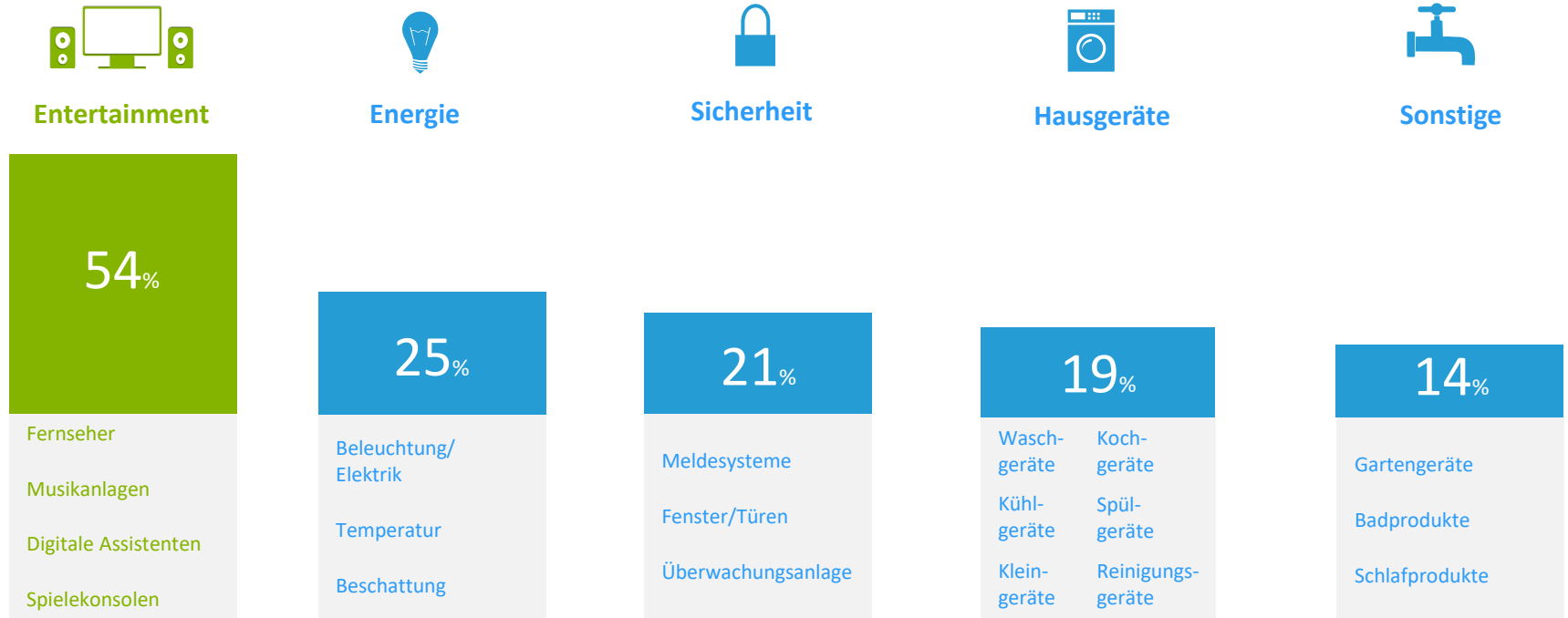


Hohe Bekanntheit!



Durchbruch zum Massenmarkt?

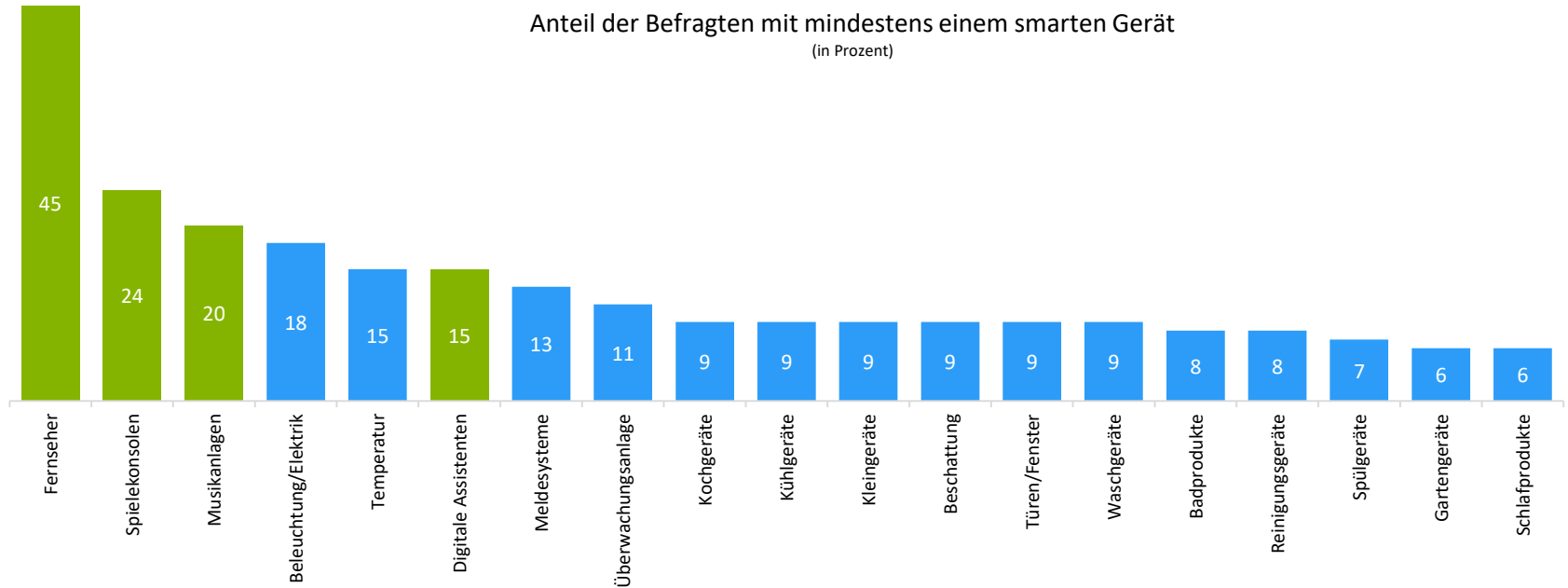
Entertainment ist das verbreitetste smarte Segment, in dem 54% der Befragten mindestens ein Gerät besitzen.



Die Verbreitung von Smart Home in Deutschland ist stark von smarten Entertainment-Geräten getrieben.

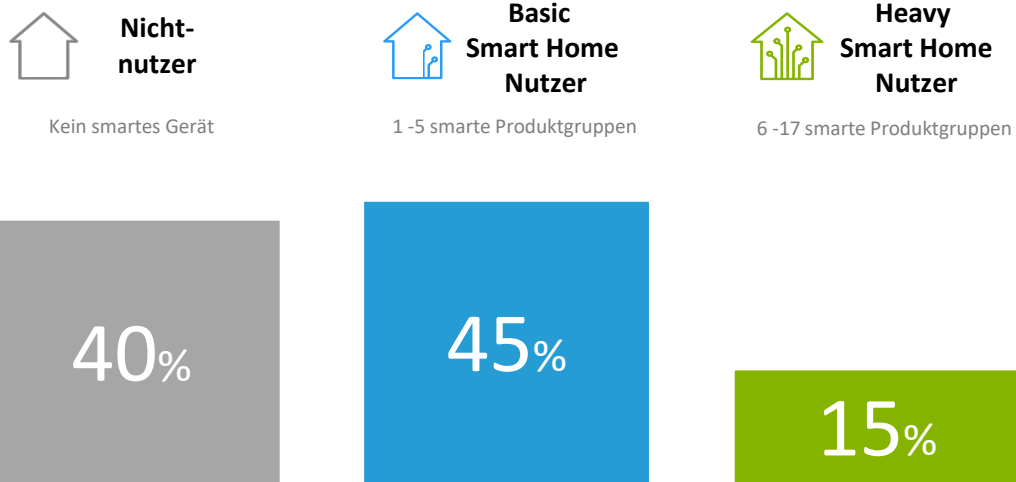


Anteil der Befragten mit mindestens einem smarten Gerät
(in Prozent)



■ Entertainment ■ Energie, Sicherheit, Hausgeräte, Sonstige

40% der Befragten haben kein smartes Gerät in Ihrem Haushalt, wohingegen 60% bereits Smart Home Nutzer sind.




Erhöhung der Verbreitung

Um den Durchbruch von Smart Home zu erzielen, müssen 40% Nichtnutzer von Smart Home Vorteilen überzeugt und 45% der Basic Nutzer als Kunden weiterer Produktgruppen gewonnen werden.

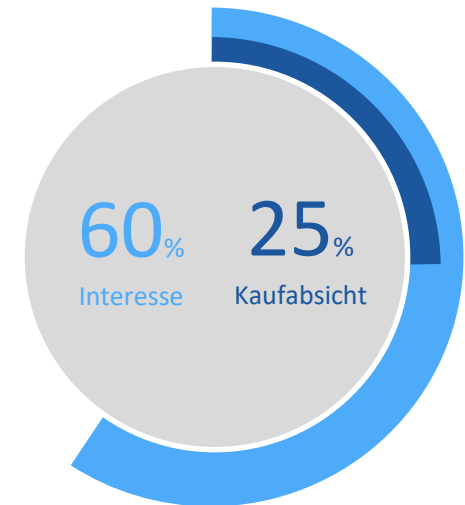
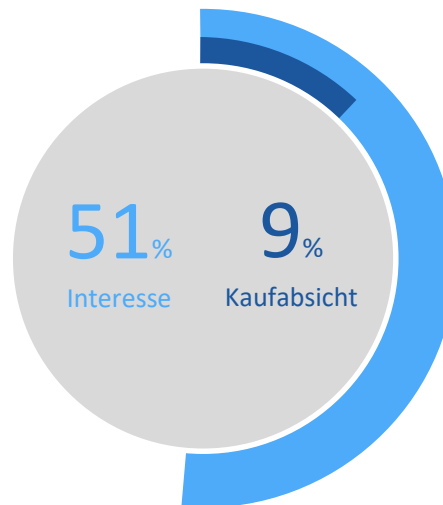
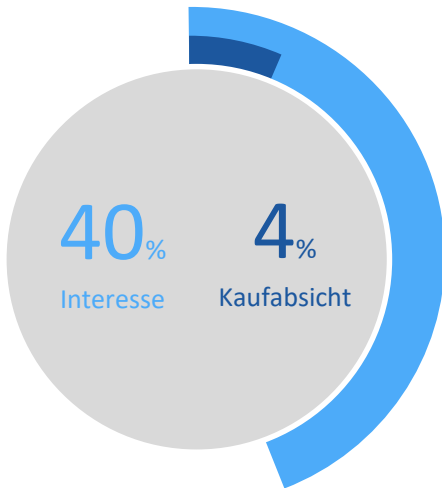
Je mehr smarte Geräte im Haushalt sind, desto höher ist die Kaufabsicht für weitere Smart Home Produkte.



 **Nichtnutzer**
Kein smartes Gerät

 **Basic SH Nutzer**
1 -5 smarte Produktgruppen

 **Heavy SH Nutzer**
6 -17 smarte Produktgruppen



Interesse und Kaufabsicht der Nichtnutzer für smarte Geräte und der Smart Home Nutzer für weitere smarte Produktgruppen

Quelle: Smart Home Index Studie 2017, Mücke, Sturm & Company

Connected Living e. V.

Neben gleichen Grundbedürfnissen muss sich das Smart Home Angebot nach Haushaltssegmenten differenzieren.



Nichtnutzer



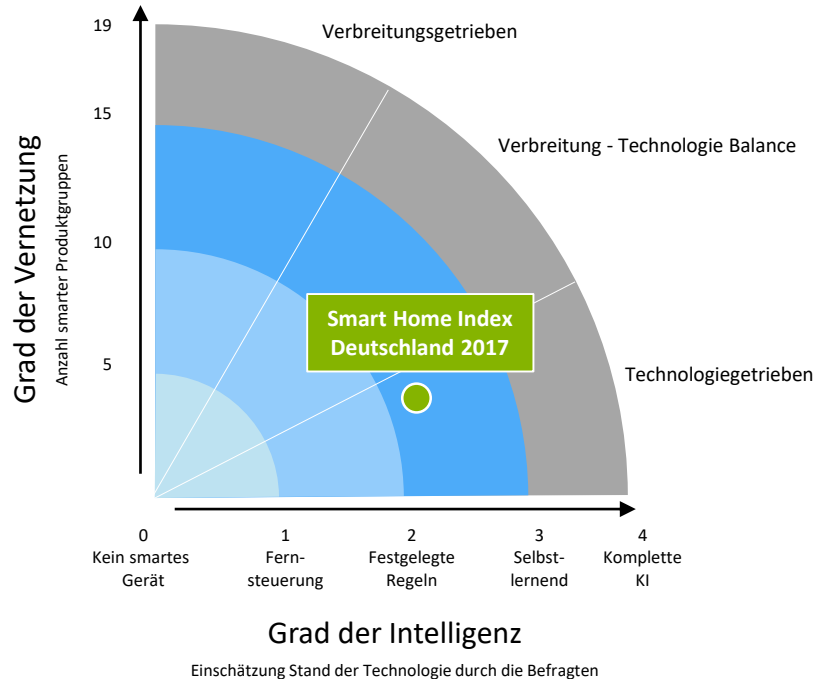
Basic SH Nutzer



Heavy SH Nutzer

| | | | |
|-------------------------------|--|---|--|
| Grundbedürfnisse | <ol style="list-style-type: none"> 1. Einfache Bedienung 2. Datensicherheit | <ol style="list-style-type: none"> 1. Einfache Bedienung 2. Datensicherheit | <ol style="list-style-type: none"> 1. Einfache Bedienung 2. Datensicherheit |
| Erweiterte Bedürfnisse | <ol style="list-style-type: none"> 3. Wartung 4. Installation 5. Kompatibilität | <ol style="list-style-type: none"> 3. Kompatibilität 4. Selbstoptimierung 5. Wartung | <ol style="list-style-type: none"> 3. Kompatibilität 4. Selbstoptimierung 4. Attraktives Design |
| | <p>Hilfe für den Einstieg geben</p> | <p>Sorgenfreie und investitions-sichere Erweiterung</p> | <p>Sorgenfreie und attraktive Erweiterung</p> |

Die Verbreitung von smarten Geräten in deutschen Haushalten ist bisher relativ niedrig und technologiegetrieben.

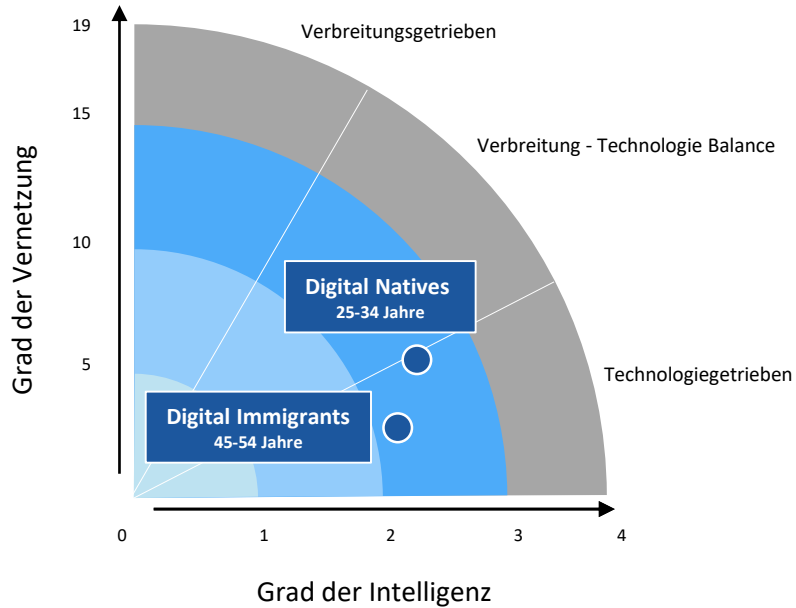


Smart Home Index (Nur Smart Home Nutzer)

Smart Home Nutzer besitzen durchschnittlich 4,1 smarte Produktgruppen zu Hause und steuern Ihre Geräte mittels festgelegten Regeln, was einem Intelligenzgrad von 2,1 entspricht.

Werden die 40% Nichtnutzer ohne smartes Gerät miteinbezogen, ergeben sich über alle Befragten durchschnittlich nur 2,5 smarte Produktgruppen in den Haushalten.

Digital Natives nähern sich der „Verbreitung-Technologie Balance“ und haben smartere Haushalte als Digital Immigrants.

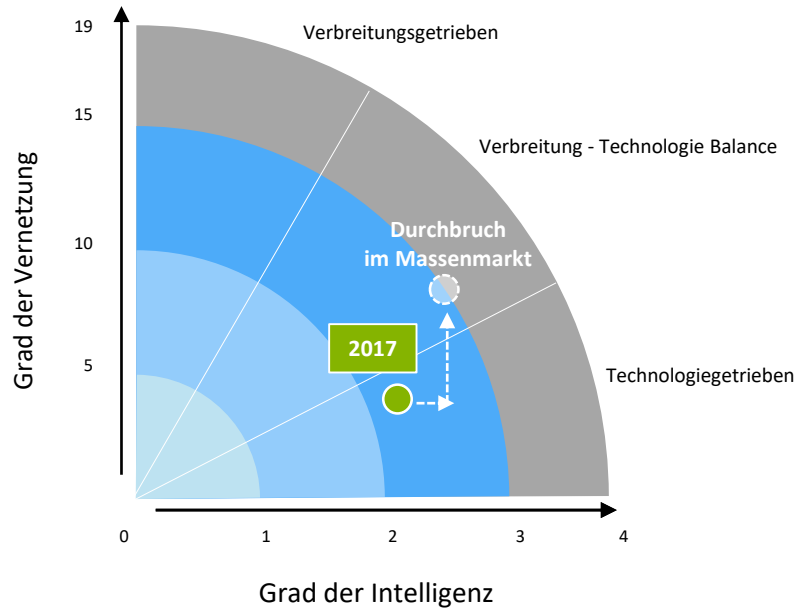


Digitale Natives haben smartere Haushalte

Junge Smart Home Nutzer haben durchschnittlich 5,4 smarte Produktgruppen mit einem geschätzten Intelligenzgrad von 2,3 im Vergleich zu 3,2 smarten Produktgruppen mit einem Intelligenzgrad von 2,1 unter den Digital Immigrants.

Unter den Digital Natives gehören 85% zu den Smart Home Nutzern wohingegen 59% der Digital Immigrants mindestens ein smartes Gerät haben.

Um den Durchbruch von Smart Home zu verwirklichen, muss die Verbreitung von smarten Geräten steigen.



Meinung - Bisher kein Durchbruch von Smart Home im Massenmarkt!

- Anstreben der Verbreitung-Technologie Balance um Smart Home Vorteile umfassend zu erfahren
- Zunehmende Verbreitung zwingend erforderlich um Durchbruch von Smart Home in Zukunft erzielen zu können
- Technologieverbesserungen begleiten die Entwicklung

Ansätze die Smart Home Verbreitung in Deutschland zu steigern.



Differenzierte Kundenansprache

Kundensegmente mit individuellen smarten Produkt-Service Kombinationen ansprechen, um den verschiedenen Kundenwünschen gerecht zu werden.



Entertainment als Sprungbrett

Smart Home Produkten und Services mit einer Verbindung zu Entertainment anbieten, um auf der hohen Verbreitung smarter Entertainment-Geräte aufzubauen.



Langfristiges Geschäftsmodell der Kundenbindung

Langfristige Kundenbindung mit Kompatibilität der Produkte und Service fördern, da die Kaufabsicht für weitere smarte Produkte mit der Vielfalt der genutzten Geräte steigt.

Weitere Auswertungen der Studie “Smart Home Index 2017” sind auf Anfrage erhältlich.

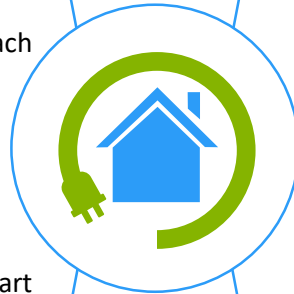


Studienaufbau

- Online Befragung mit 20 Fragen
- 970 befragte Personen
- Repräsentativität der deutschen Bevölkerung nach Alter, Geschlecht, Haushaltsnettoeinkommen
- Erhebung durch Research Now

Studienziele

- Erfassung der aktuellen Verbreitung von Smart Home Geräten in Deutschland
- Beurteilung des Status Quo der intelligenten Vernetzung deutscher Haushalte



Die volle Smart Home Index Studie beinhaltet weitere detaillierte Auswertungen:

- Visuelle Aufbereitung des Smart Home Index 2017
- Detaillierte Informationen über die Verbreitung smarterer Geräte nach Produktgruppen
- Ausführung zu Kaufplanung und Interesse für einzelne Produktgruppen
- Identifizierung der wichtigsten Merkmale des perfekten Smart Home Angebots nach Geschlecht und Alter

Weitere Studienergebnisse können Sie auf Anfrage erhalten!

Ansprechpartner Geschäftsstelle:



Martin Pietzonka
Leiter der Geschäftsstelle | Senior Innovation Manager
Innovationszentrum Connected Living e.V.
Helmholtzstraße 2-9, 10587 Berlin
Telefon: +49 30 - 31474179
Mobil: +49 175 – 2923008
E-Mail: martin.pietzonka@connected-living.org



Jakob Schofer
Projekt- und Innovationsmanager
Innovationszentrum Connected Living e.V.
Helmholtzstraße 2-9, 10587 Berlin
Telefon: +49 30 - 31474173
Mobil: +49 170 – 7919109
E-Mail: jakob.schofer@connected-living.org

Web: www.connected-living.org