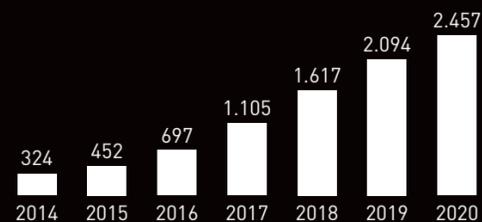


Smart Home verändert das Wohnen

Noch befinden sich die Umsätze mit Smart-Home-Anwendungen auf niedrigem Niveau. Doch durch neue, einfachere Lösungen, die die Industrie anbietet, kommt Schwung in den Markt. Dr. Wieselhuber & Partner zeigt zusammen mit der „möbel kultur“ auf, wo die Potenziale stecken.

40 % Wachstum am deutschen Markt

Umsatzentwicklung des deutschen Smart Home Marktes von 2014 bis 2020 in Mio. Euro. Quelle: Statista Digital Market Outlook.



2010:

2,4 smarte Produkte je Durchschnittshaushalt

2022:
>500 smarte Produkte pro Haushalt

Der Markt für Smart-Home-Anwendungen wird seit Jahren als groß und wachsend eingeschätzt. Gleichwohl fehlte bislang die Dynamik. Doch das könnte sich jetzt ändern. Denn viele Hersteller, die in der Vergangenheit den Endverbraucher noch mit komplexen Systemen verschreckt haben, lancieren inzwischen einfachere Lösungen für zu Hause. „Smart Home ist ein Markt im Kommen und er wird die Art des Wohnens nachhaltig verändern. Dies bietet Chancen, die auch die Möbelbranche auf der Zuliefer- und Produzentenseite wie im Handel aufgreifen werden“, schätzt Dr. Johannes Berentzen von Dr. Wieselhuber & Partner die Situation ein. Experten rechnen damit, dass der europäische Smart-Home-Markt bis 2020 auf 7,6 Mrd. Euro anwachsen wird, davon allein in Deutschland auf 2,4 Mrd. Euro.

Die Prognosen sind auch deshalb so optimistisch, weil die Anwendungsbereiche manigfaltig sind. Das Spektrum reicht von Haussystemen, die Licht, Heizung oder die Beschattung steuern, über das Thema Sicherheit, gefolgt von Hausgeräten, Produkten für die Freizeit bis hin zu Artikeln, die bei der Pflege oder der Unterstützung des täglichen Lebens dienen. Ein Blick auf die aktuelle Entwicklung der einzelnen Sortimentsgruppen offenbart, dass die Endkunden offensichtlich am meisten Interesse an Hausautomatisierung und Smart Entertainment Systemen zeigen. An zweiter Stelle rangieren Investitionen in das Thema Energie, danach kommt die Sicherheit.

Für Möbelhersteller und -zulieferer stellen sich viele Fragen, z. B. welche Rolle eigene Produkte mit Zusatznutzen künftig in einem Smart-Home-Haushalt spielen könnten? Oder welche Kompetenzen braucht das Unternehmen dafür? Oder was bedeutet das für das Innovationsmanagement? Während sich der Handel damit auseinander setzen muss, welche Sortimente und Services dieser braucht, um sich bei den Endkunden als kompetenter Smart-Home-Händler zu positionieren. Und welche Kooperationen (Handwerker, Monteure) dafür notwendig sind.

RITA BREER

Save the Date: Am 8. November geht wieder die „Branchenwerkstatt“ – diesmal zum Thema Digitalisierung – im Hettich Forum in Kirchzell über die Bühne. Infos unter www.wieselhuber.de