

Trend Smart Home: „Innovation liegt vor, wenn der Kunde Hurra schreit“

Der Begriff Smart Home ist in aller Munde – und doch lässt die breite Markterschließung auf sich warten. Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit völlig unterschiedlichen Geschäftsmodellen ringen derzeit alle um den richtigen Weg, um sich ihren Teil an dem potenziellen Milliardenmarkt zu sichern. Auf die Player in der Elektrowirtschaft warten einige Hausaufgaben, wenn sie sich hier erfolgreich in Stellung bringen wollen. Wie diese Hausaufgaben konkret aussehen? Darüber sprachen wir im Vorfeld des „Executive Dialog Smart Home: Geschäftsmodelle und Kooperations-Chancen in einem Zukunftsmarkt“ am 10. Mai in Frankfurt mit Florian Kaiser und Dr. Johannes Berentzen, Branchenexperten bei Dr. Wieselhuber & Partner (W&P).



Foto: pixabay

ElektroWirtschaft: Die letzten Jahre haben gezeigt: Smart Home verkauft sich nicht einfach über das Regal oder Online wie andere Elektronik-Artikel. Warum eigentlich nicht?

F. Kaiser: Ein Smart Home, also z.B. die Integration von drei bis vier Gewerken, ist heute noch ein sehr komplexes und insbesondere finanziell aufwändiges System. Bauherren bzw. Endkunden sind überfordert. Die Vielfalt der Standards, Systeme, Philosophien sowie deren teilweise limitierte Kompatibilität verwirren und schrecken ab. So etwas verkauft sich in der Breite nicht von selbst. Dazu kommt, dass der Anteil der Elektroinstallationsbetriebe, die sich mit Smart Home exzellent auskennen und noch dazu dem Kunden eine bedarfsorientierte Beratung geben können und dann die Systeme zügig und zuverlässig in Betrieb nehmen, immer noch gering ist. Die Hersteller müssen hier schnellstens übergreifend informieren und die Komplexität reduzieren und zugleich den Fachhandwerkern echte Hilfestellung bieten. Also Ihre

Marktbearbeitung / ihren Vertrieb so ausrichten, dass die Fachhandwerker schnell zu sicheren Multiplikatoren werden.

Dr. J. Berentzen: Der Kunde ist restlos überfordert von dem unübersichtlichen Angebot an Systemen, Standards, Einzelösungen und Produkten. Wenn er im Elektronikfachmarkt vor einem Regal mit 40 IP-Kameras steht und keinen fähigen Berater auffinden kann, dann ist es wenig verwunderlich, wenn er das Geschäft frustriert wieder verlässt. Kunden, die genau wissen, was sie brauchen, weil sie technisch affin sind und z.B. ein bestehendes Smart Home um Komponenten ergänzen, kaufen vermutlich online, da sie dort größtmögliche Auswahl zum günstigsten Preis erwarten. Das ist jedoch nur ein sehr kleiner Teil des Marktes.

ElektroWirtschaft: Die meisten Unternehmen im Bereich Elektroinstallation müssen also bei ihren Angeboten nachschärfen und dafür wichtige Hausaufgaben

Foto: pixabay



machen. Wie sehen diese aus?

F. Kaiser: Systeme und deren Interoperabilität vereinfachen, die Konfiguration einfach und auch für den Nutzer durchführbar gestalten und Modularität bieten, so dass der Kunde nachträglich erweitern kann. Zugleich muss der Fachhandwerker umfassend geschult, in der Argumentation unterstützt und sicher gemacht werden. Dazu kommt die altbekannte Herausforderung der Mitarbeiterverfügbarkeit und -qualifikation im Handwerksnachwuchs. Punktuell sind in den letzten zwei Jahren durchaus gute Produkte, Lösungen und vertriebliche Ansätze entstanden, doch in der Breite sind das Handwerk und auch der Handel und damit die Kunden noch nicht sicher.

Dr. J. Berentzen: Die Produkte mit Smart Home-Features dürfen kein Selbst-

zweck sein. Wenn dadurch kein Nutzen für den Kunden entsteht, z.B. in Form von Erleichterung oder Schutz, dann sind die Produkte lediglich Gimmicks mit wenig Erfolgsaussichten. Auch muss auch eine zusätzliche Zahlungsbereitschaft für den Zusatznutzen vorhanden sein, sonst passt das Erlösmodell nicht mehr zu den veränderten Kostenstrukturen.

ElektroWirtschaft: Gibt es eine „Erfolgsformel“?

F. Kaiser: Innovation liegt vor, wenn der Kunde Hurra schreit. Damit ist gemeint, dass sowohl Handwerk, Handel als auch Endkunde individuell und spezifisch angesprochen werden müssen, die Produkte einfach zu verstehen und zu nutzen sein müssen und einen klaren und leicht erkennbaren Nutzen stiften. Sonst bleibt es teure Spielerei, die im Zweifel

Foto: pixabay



noch dazu nicht zuverlässig funktioniert. Auf der aktuellen ISH 2017 fand ich z.B. keinen Anbieter, der Heizung, Photovoltaik, Stromspeicher, Verschattung unter Berücksichtigung der mehrtägigen Wetterprognose in einem System aktiv steuert. Die Gewerkgrenzen sind scheinbar immer noch zu hoch, dabei wäre gerade diese systemübergreifende Intelligenz ein echter Nutzen. Denn nur Lichtszenen zu managen bietet auf Dauer zu wenig echten Nutzen.

Dr. J. Berentzen: Die eine Formel gibt es sicher nicht. Doch je offener und flexibler die Lösung ist, je mehr „echten“ Nutzen sie stiftet und je einfacher die Anwendung für den Kunden ist, desto höher ist die Erfolgswahrscheinlichkeit am Markt.

ElektroWirtschaft: Stichwort Vertrieb: Die Digitalisierung verändert die in der Branche sehr „eingeschliffenen“ Vertriebswege. Was bedeutet das konkret für die künftige Zusammenarbeit mit Fachhandwerkern und Installateuren?

F. Kaiser: Unabhängig von der Diskussion drei- oder zweistufig erwarte ich nicht, dass mittelfristig umfassende Smart Home-Lösungen im Elektro Einzelhandel gekauft werden. Die Systeme sind zu komplex. Sobald der Elektronikfachmarkt jedoch qualifizierte Fachhandwerker vermitteln würde, sähe dies anders aus. Doch die sind wie gesagt derzeit ein Engpass. Anders für Einzelkomponenten oder Teilsysteme: Deren Vertriebsweg ist bereits online und offline der Elektro Einzelhandel.

Das Fachhandwerk wird weiterhin überwiegend in den bekannten Vertriebswegen agieren. Somit ist die umfassende Betreuung der Fachhandwerker und Fachplaner – aus Sicht der Lieferanten der Push – nach wie vor im Fokus. Was sich jedoch ändert, ist der noch stärkere Fokus auf den Pull beim Endkunden/Bauherren. Hersteller werden diesen

Pull noch viel stärker ausbauen müssen, dabei wird es schon bald um Ansätze aus dem Consumer-Segment wie „share of voice“, also Kommunikationsdruck gehen.

ElektroWirtschaft: *Wenn Sie in eine Glaskugel schauen könnten: Wo steht der Smart Home-Markt in fünf Jahren – und wo die Unternehmen unserer Branche?*

Dr. J. Berentzen: In den ersten zehn Monaten 2016 wurden laut GfK ca. drei Mrd. Euro mit Smart Home-Anwendungen umgesetzt. Bei den derzeitigen jährlichen Wachstumsraten von bis zu 40 Prozent je nach Bereich ist schon damit zu rechnen, dass sich hier ein großer, langfristiger Markt auftut. Die großen Elektrofachmärkte werden das Thema ebenso pushen, wie heute schon die BZI. Zudem werden immer mehr politische Initiativen ins Leben gerufen, wie jüngst die „Smart Living-Initiative“.

F. Kaiser: Bei diesen Zahlen ist alles, was sich technisch vernetzen lässt, z.B. auch „smarte“ Fernseher, eingerechnet. Das eigentliche Smart Home-Segment (mindestens drei Gewerke im System) ist derzeit nur ein Teil dessen. Dennoch ist unstrittig, dass dies der Standard der Zukunft wird. Abgestuft im Funktionsumfang werden insbesondere im Neubau, aber auch in der hochwertigen Modernisierung zunehmend „smarte Aspekte“ Einzug halten. Argumente wie Komfortgewinn, Energieeffizienz, Individualität und je nach System auch Sicherheit wiegen einfach zu stark. Zudem sprechen Argumente wie altersgerechter Komfort, AAL und Werterhalt eher dafür, diese Funktionen mit zu verbauen. In fünf Jahren werden wir einige wenige untereinander weitgehend compatible Systeme in Koexistenz erleben. Die Vielfalt der Zugangsports und Smart-Boxen wird der Vergangenheit angehören. Man hat noch einen intelligenten Hub, der alles verknüpft, synchronisiert und einfach

zu konfigurieren ist. Genau damit wird Smart Home in der Breite ankommen. Ich habe nur die Befürchtung, dass es keinem der etablierten Player gelingt diese „Killer“-App anzubieten. Das wird eher einer der bekannten oder heute noch unbekannteren dynamischen Regelbrecher sein.

ElektroWirtschaft: *Warum tut sich der normale Kunde so schwer mit dem Thema Smart Home? Machen Hersteller und Handel beim Thema Kundenbedürfnisse etwas falsch?*

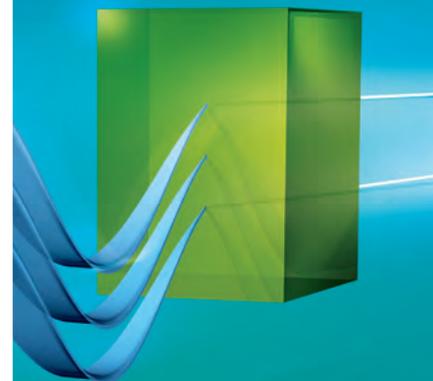
F. Kaiser: Schlichtweg: schlechte Partillösungen, fehlende Funktionalität, zu hohe Komplexität, unzureichende Qualifikation im Fachhandwerk, Verunsicherung der Kunden, technisch verspielte Gimmicks ohne Nutzen. Es wurde sehr viel falsch gemacht.

Dr. J. Berentzen: Viele Hersteller haben lange Zeit etwas falsch gemacht, indem sie versuchten mit eigenen proprietären Standards ausgehend von ihrem Produktsortiment gesamtheitliche Smart Home-Lösungen anzubieten. Erst seit wenigen Jahren gibt es ein breites Umdenken hin zu offenen Standards und gemeinsamen Lösungen. Der Kunde möchte nicht drei verschiedene Eingabepads, über zehn Apps, und vier Smart-Boxen, um ein vermeintlich smartes Home zu bedienen. Und die Händler haben bisher auch noch keine gute Lösung gefunden, Smart Home ganzheitlich zu verkaufen. Dazu gehört eine Vorauswahl der Produkte und Standards, weniger ist hier mehr. Insbesondere scheitert es bisher jedoch an der Beratung. Hier tut sich ein ganz neuer Bereich von Dienstleistungsgeschäften auf. Von der Erstberatung im Geschäft oder beim Kunden zuhause, über die richtige Auswahl anhand der Bedürfnisse und Budgets der Kunden, die Installation und Inbetriebnahme vor Ort bis hin zur individuellen Parametrisierung und Einführungsschulung

pcim
EUROPE

Internationale Messe und Konferenz
für Leistungselektronik, Intelligente
Antriebstechnik, Erneuerbare Energie
und Energiemanagement
Nürnberg, 16. – 18.05.2017

Leistungshalbleiter
Spulen passive Bauelemente
Magnetische Materialien
Spulenmaterialien Prüftechnik
Industrieelektronik



... und Sie
mittendrin!

Elektrische Antriebstechnik
Power Quality
Motorsteuerung Netzteile
Automobilelektronik Sensoren
Wärmebeherrschung

Ihr kostenloses Ticket
pcim.de/mittendrin
Ihre Registriernummer
1712323293PEMI

Folgen Sie uns



#pcimeurope

Informationen:
+49 711 61946-820
pcim@mesago.com

mesago
Messe Frankfurt Group

im Anschluss – das alles geht weit über das klassische Regalgeschäft hinaus.

ElektroWirtschaft: *Wie zukunftssicher und damit wertstabil ist die zurzeit verfügbare Smart Home-Technik?*

Dr. J. Berentzen: Die allermeisten Konsumgüterprodukte haben heute eine kurze „Halbwertszeit“. Die Technik entwickelt sich so schnell, dass man ggf. bereits nach zwei oder drei Jahren bestimmte Komponenten austauschen will oder muss. Bei festinstallierter Technik (Verkabelung, Verschattung, Zutritt u.a.) sollte daher auf etablierte Standards von namhaften Herstellern zurückgegriffen werden. Hier spart man sonst am falschen Ende. Auch sollte darauf geachtet werden möglichst flexible Ökosysteme mit einer Vielzahl an offenen Standards zu nutzen. So kann die Technik ohne teure bauliche Maßnahmen bei Bedarf ersetzt oder ergänzt werden.

F. Kaiser: Der Kunde sollte auf etablierte Anbieter zurückgreifen und sich die Angebote genau ansehen und dann das auswählen, das ihn überzeugt. Ein gewisses Risiko ist jedoch dabei und genau deswegen warten einige Interessierte auch noch ab. Ein gutes Beispiel waren hier die 3D-Fernseher, ehemals ein Hype und jetzt quasi vom Markt verschwunden.

ElektroWirtschaft: *Inwieweit schützt ein intelligentes Haus vor Einbrüchen oder hilft bei Unfällen im Haus? Sind Smart Home-Anwendungen eine Hilfe, um im Alter möglichst lange selbstbestimmt zu wohnen?*

Dr. J. Berentzen: Ein „Smart Home“ kann vor Einbrüchen schützen. Zu unterscheiden sind abschreckende Maßnahmen (Kameras, Präsenzsimulation, Alarmanlage) und die Zutrittssicherung (z.B. über Fingerabdruck in Verbindung mit Sicherheitstüren). Bei Unfallhilfe denkt man schnell an den Alarmknopf, es gibt außerdem Bodensensoren, die Stürze erkennen, Überprüfung von Vitalfunk-

tionen über Wearables sowie wiederum Kameratechnik. Im Bereich Consumer-Produkte gibt es außerdem intelligente Trinkflaschen, Medikamenten-Dispenser oder auch Kühlschränke, die vor abgelaufenen Lebensmitteln warnen. Viele dieser Anwendungen stehen noch ganz am Anfang und einige sind sicherlich in der Lage beim selbstbestimmten Wohnen zu unterstützen. In etwas fernerer Zukunft werden in diesem Zusammenhang sicherlich auch Roboter, die viele Funktionen vereinen, eine größere Rolle spielen.

ElektroWirtschaft: *Wie sind Smart Home-Anwendungen gegen Hackerangriffe und sonstige Manipulationsversuche geschützt? Welche Sicherheitslücken sehen Sie – auch in Bezug auf den von Plusminus ausgestrahlten Filmbeitrag (siehe ElektroWirtschaft 3/2017, S. 53), der zeigte wie scheinbar einfach ein funkgesteuertes Türschloss von einem IT-Experten geknackt wird?*

F. Kaiser: Unbestritten ist, dass der Hersteller eine ausgereifte Lösung anbieten und durch Updates Sicherheitslücken schnell schließen muss. Zugleich muss aber auch der Nutzer ein Mindestmaß an Sorgfalt und Umsicht walten lassen. Ferner sollte er sich im Klaren sein, dass

er neue potentielle Angriffspunkte bietet. Das damit verbundene „Rest-Risiko“ muss ihm bewusst sein.

Dr. J. Berentzen: Die Sicherheitslücken entstehen in den allermeisten Fällen durch Anwenderfehler. Entweder wird das Standardpasswort nicht geändert, ein unsicheres Passwort gewählt oder es werden selbst Einstellungen vorgenommen, die Hackerangriffe und Manipulationsversuche begünstigen. In vielen Bereichen gibt es bereits End-to-End-Verschlüsselung ohne einen möglichen Zugriff von außen, die zumindest bei richtiger Anwendung einen hohen Schutz bieten.

ElektroWirtschaft: *Wer übernimmt für einen Hackerangriff die Verantwortung und gewährleistet technische Sicherheit?*

Dr. J. Berentzen: Das variiert im juristischen Sinne sicherlich von Fall zu Fall. Bei grober Fahrlässigkeit wird kein Hersteller die Haftung übernehmen. Liegen softwareseitige Lücken vor, steht der Anbieter in der Mitverantwortung. In diesem Zusammenhang erscheinen Kooperationen von Versicherern mit den Anbietern von Smart Home-Sicherheitstechnik sinnvoll, um den Kunden einen umfassenden Schutz zu bieten.



Florian Kaiser (Dr. Wieselhuber & Partner) berät als Leiter des Geschäftsbereichs Bauzulieferindustrie namhafte Unternehmen des Segments Elektroinstallation u.a. zu Themen der strategischen, vertrieblichen und operativen Ausrichtung. Der vielfältige Themenkomplex Digitalisierung und die Gestaltung der digitalen Agenda spielt dabei eine zentrale Rolle.



Dr. Johannes Berentzen (Dr. Wieselhuber & Partner) berät als Leiter des Geschäftsbereichs Handel namhafte Elektronik-Händler, Baumärkte und Möbelhändler im Rahmen von strategischen wie operativen Projekten. Smart Home nimmt dabei als bisher nicht erschlossener Milliardenmarkt eine zunehmend große Bedeutung ein.