SMART HOME – DEUTSCHLAND – 2021

Da der Besitz von Smart-Home-Geräten in Deutschland stagniert ist, sollten Marken zur Steigerung der Adoption auf den Nutzen in Bezug auf Nachhaltigkeit und Wohlbefinden eingehen.

Jan Urbanek, Principal Analyst

© 2024 Mintel Group Ltd - Alle Rechte vorbehalten

MINTEL

Reportinhalt

KURZFASSUNG

Zentrale Aspekte dieses Reports:

- Mintels Perspektive

Auswirkungen von COVID-19 auf das Smart Home

- COVID-19 wirkt sich auf den Smart-Home-Markt in Deutschland aus
- Auswirkungen von COVID-19 auf das Smart Home und das Verbraucherverhalten in Deutschland

Marktkontext

- COVID-19 verzögert das Smart-Home- Wachstum in Deutschland
- Auf das Umweltbewusstsein der Deutschen eingehen

Was Verbraucher wollen, und warum

- Junge Deutsche wollen: Smart-Home-Geräte

  - Grafik 1: Interesse am Kauf von Smart-Home-Geräten, nach Alter, 2021
- Junge Deutsche wollen: Smart-Home-Geräte
- Verbraucher wollen: eine geschützte Privatsphäre

  - Grafik 2: Die Top 3 wichtigsten Funktionen von sprachgesteuerten Smart Speakern, NET, 2021
- Verbraucher wollen: Smart-Home-Geräte nutzen, um die Umwelt zu schützen
- Verbraucher wollen: Smart-Home-Geräte nutzen, um die Umwelt zu schützen

Chancen

- Auf das Wohlbefinden setzen, um die Smart-Home-Adoption voranzutreiben
- Auf das Wohlbefinden setzen, um die Smart-Home-Adoption voranzutreiben
- Auf das Wohlbefinden setzen, um die Smart-Home-Adoption voranzutreiben
- Mit Anpassungsmöglichkeiten des Designs auf den Wunsch der jüngeren Verbraucher nach Selbstdarstellung eingehen...
- Mit Anpassungsmöglichkeiten des Designs auf den Wunsch der jüngeren Verbraucher nach Selbstdarstellung eingehen...
- ...und die Kraft des dekorativen Elements von smarter Beleuchtung nutzen
- Die Fähigkeiten von Smart-Home-Geräten für das Homeoffice ausweiten
- Die Fähigkeiten von Smart-Home-Geräten für das Homeoffice ausweiten

Die Wettbewerbslandschaft

- Amazon behält Spitzenposition auf dem Markt für sprachgesteuerte Smart Speaker in Deutschland

  - Grafik 3: Marke der sprachgesteuerten Smart Speaker im Haushalt, 2020–2021
- Zum Sofortdownload verfügbar:

MARKTBESTIMMENDE FAKTOREN

- COVID-19: Marktkontext
- COVID-19: Marktkontext
- COVID-19: Marktkontext
- COVID-19: Marktkontext
- Auswirkungen von COVID-19 auf die deutsche Wirtschaft
- Auswirkungen von COVID-19 auf die deutsche Wirtschaft
  - Grafik 4: Wirtschaftliche Eckdaten, real, 2019–2022
- Die Auswirkungen auf den Smart-Home-Markt
- Die Auswirkungen auf den Smart-Home-Markt

Alternde Bevölkerung

- Deutschland: eine alternde Bevölkerung
  - Grafik 5: Anteile der maximalen Bevölkerungsvorausberechnung für Erwachsene, nach Altersgruppe, 2020–2030
- Die alternde Bevölkerung sorgt für einen Anstieg bei medizinischen Smart-Home-Geräten

Nachhaltigkeit

- Deutsche werden von Sorgen um die Umwelt geleitet
- Ein umweltfreundliches Image schaffen
- Apple wirbt für seinen Plan, die Erde zu schützen

Das psychische Wohlbefinden

- Das psychische Wohlbefinden gibt Anlass zu wachsender Sorge in Deutschland

WAS VERBRAUCHER WOLLEN, UND WARUM

Die Auswirkungen von COVID-19 auf das Verbraucherverhalten

- Angst vor der Virusansteckung geht mit der Fallentwicklung einher
  - Grafik 6: Besorgnis-Index hinsichtlich einer Ansteckung mit COVID-19, 2020–2021
- Wesentliche Veränderungen des Verbraucherverhaltens
- Wesentliche Veränderungen des Verbraucherverhaltens

Besitz von Smart-Home-Geräten

- Smart-Home-Geräte bleiben in Deutschland eine Nische
- Smart-Home-Geräte bleiben in Deutschland eine Nische
- Auf junge Zielgruppen eingehen…
  - Grafik 7: Besitz jeglicher Smart-Home-Geräte, NET, nach Alter, 2021
- …genauso wie auf zahlungskräftige Verbraucher

- Grafik 8: Smart-Home-Geräte im Haushalt, NET, nach Alter & monatlichem Netto-Haushaltseinkommen, 2021
- Sprachgesteuerte Smart Speaker übernehmen die Führung auf dem deutschen Smart-Home-Markt...
- Grafik 9: Smart-Home-Geräte im Haushalt, 2020–2021
- ...vorangetrieben durch ihr einzigartiges Preis-Leistungs-Verhältnis
- Sprachgesteuerte Smart Speaker vorantreiben, um dem Smart-Home-Markt einen Aufschwung zu verleihen

Interesse am Kauf von Smart-Home-Geräten

- COVID-19 führt zu Nachfrage nach bestimmten Smart-Home-Geräten
- Grafik 10: Interesse am Kauf von Smart-Home-Geräten, % der interessierten Verbraucher, 2020–2021
- Veränderungen der Lebensweisen während der Pandemie wirken sich auf die Smart-Home-Nachfrage aus
- Die „Putzmüdigkeit" nutzen, um die Nachfrage nach Smart-Home-Geräten zu steigern
- Deutsche Verbraucher mit smarten In-Home-Sicherheitssystemen ansprechen
- Deutsche Verbraucher mit smarten In-Home-Sicherheitssystemen ansprechen
- Auf 2-in-1-Geräte setzen, um die Nachfrage zu steigern
- Auf die Vorliebe der Deutschen für Frischluftbelüftung eingehen...
- ...indem ihnen bei einer energiesparenden Belüftung geholfen wird
- Junge Deutsche sind die Hauptzielgruppe von Smart-Home-Geräten
- Grafik 11: Interesse am Kauf von Smart-Home-Geräten, nach Alter, 2021
- Smarte Geräte an deren involviertesten Nutzer vermarkten
- Amazon kann von dem Wachstum von Twitch profitieren...
- ...indem die Integration von smarten Geräten ausgeweitet wird
- Den Nutzen für das Wohlbefinden einsetzen, um smarte Beleuchtung voranzutreiben

Marke der sprachgesteuerten Smart Speaker im Haushalt

- Amazon macht weiterhin den Großteil des deutschen Marktes für sprachgesteuerte Smart Speaker aus...
- Amazon macht weiterhin den Großteil des deutschen Marktes für sprachgesteuerte Smart Speaker aus...
- ...doch Apple dürfte weiter wachsen
- Grafik 12: Marke der sprachgesteuerten Smart Speaker im Haushalt, nach Alter, 2021
- Auf markenspezifische Merkmale setzen, um sich auf dem deutschen Markt abzuheben

Prioritäten beim Kauf von sprachgesteuerten Smart Speakern

- Datenschutz hat in Deutschland oberste Priorität
- Datenschutz an erste Stelle stellen...
- Datenschutz an erste Stelle stellen...
- ...indem die eigenen Daten transparenter dargestellt werden
- Offline-Sprachassistenten könnten eine entfernte, aber sinnvolle Lösung sein
- Offline-Sprachassistenten könnten eine entfernte, aber sinnvolle Lösung sein
- Ein vertrauenswürdiges Image nutzen, um die Smart-Home-Adoption zu fördern
- Ein vertrauenswürdiges Image nutzen, um die Smart-Home-Adoption zu fördern

- Datenschutz wird von allen Altersgruppen gefordert

  - Grafik 13: Die Top 3 wichtigsten Funktionen von sprachgesteuerten Smart Speakern, NET, nach Alter, 2021
- Auf den Wunsch der jüngeren Verbraucher nach Selbstdarstellung eingehen…
- …indem sie mit Anpassungsmöglichkeiten des Designs angesprochen werden
- Die Kraft des dekorativen Elements von smarter Beleuchtung nutzen, um das Wachstum von sprachgesteuerten Smart Speakern zu fördern

Die Auswirkungen von COVID-19 auf die Nutzung von sprachgesteuerten Smart Speakern

- Sprachgesteuerte Smart Speaker werden während der Pandemie zur Unterstützung von Arbeit und Gesundheit genutzt

  - Grafik 14: Auswirkungen von COVID-19 auf die Nutzung von sprachgesteuerten Smart Speakern, 2021
- Die Homeoffice-Fähigkeiten von sprachgesteuerten Smart Speakern erweitern…
- Die Homeoffice-Fähigkeiten von sprachgesteuerten Smart Speakern erweitern…
- …und Verbraucher während ihres Arbeitstages zu Hause unterstützen
- Datenschutzgesetze einhalten, um von den Nutzen für das Homeoffice zu profitieren
- Sprachgesteuerte Smart Speaker als Unterstützung für das Wohlbefinden positionieren…
- Sprachgesteuerte Smart Speaker als Unterstützung für das Wohlbefinden positionieren…
- …indem deren entspannenden und stresslindernden Funktionen genutzt werden
- Smarte Geräte als Fitnesstrainer nutzen

  - Grafik 15: Nutzung von sprachgesteuerten Smart Speakern seit dem Ausbruch des Coronavirus, um das körperliche Wohlbefinden zu verbessern, nach Alter, 2021

Verhalten bezüglich Smart-Home-Geräten

- Verbraucher wollen Smart-Home-Gerät nutzen, um nachhaltiger zu leben

  - Grafik 16: Verhalten bezüglich Smart-Home-Geräten, 2021
- Energiespar- und Nachhaltigkeitsvorzüge nutzen
- Energiespar- und Nachhaltigkeitsvorzüge nutzen
- Nachhaltige Materialien verwenden, um auf das Umweltbewusstsein der Deutschen einzugehen…
- …und dies für den Verbraucher deutlich hervorheben
- Die Wahrnehmung als Spielerei durch die Bereitstellung medizinischer Nutzen beseitigen

  - Grafik 17: Befragte, die an der Nutzung eines Smart-Home-Gerätes für medizinische Zwecke interessiert sind, nach Alter, 2021
- Die Wahrnehmung als Spielerei durch die Bereitstellung medizinischer Nutzen beseitigen

LANCIERUNGSAKTIVITÄT UND INNOVATIONEN

- Das Matter-Protokoll nimmt Form an
- Amazon erweitert sein Sortiment um den Echo Show 10
- Apple setzt auf die Miniversion seines HomePod

Werbung und Marketingaktivität

- Amazon macht Werbung für seinen Sprachassistenten Alexa
- Apple stellt die Einfachheit in den Mittelpunkt, um die Klangqualität des HomePod mini zu bewerben
- Amazon geht auf die Nachfrage der Deutschen nach „grünen" Tech-Marken und -Produkten ein

ANHANG

Anhang – Produktabdeckung, Abkürzungen, Verbraucherforschungsmethodik und Sprachgebrauch

- In diesem Report abgedeckte Produkte
- Abkürzungen
- Verbraucherforschungsmethodik
- CHAID-Analyse – Methodik
- Ein Hinweis zum Sprachgebrauch:

Über Mintel Reports: Deutschland

Nutzen Sie unsere Reports jetzt und erhalten Sie die genauesten, zuverlässigsten und aussagekräftigsten Daten, Insights und Analysen. Mintel Reports Deutschland gibt Ihnen alles was Sie brauchen, um zu verstehen, was deutsche Verbraucher wollen, und warum.

In jedem Report analysiert Mintel den Markt, neue Produktinnovationen und die Wettbewerbslandschaft sowie das Verbraucherverhalten innerhalb Deutschlands. Unsere Analysten vor Ort, die von unserem globalen Expertenteam unterstützt werden, veranschaulichen dann, was dies für Sie bedeutet.

Was macht uns einzigartig?

- Eine 360-Grad-Perspektive auf deutsche Märkte
- In Deutschland ansässige erfahrene Analysten
- Fackundige Unterstützung durch globale Kategorieexperten

Wie Mintel Reports Germany das Wachstum Ihres Unternehmens begleiten:

01

Identifizieren Sie zukünftige Chancen, indem Sie verstehen, was deutsche Verbraucher wollen, und warum

02

Treffen Sie schneller bessere Entscheidungen, indem Sie über die Entwicklungen auf Ihrem Markt informiert bleiben

03

Sehen Sie die Trends und Innovationen, die sich sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene auf Deutschland auswirken.

DIESEN REPORT JETZT KAUFEN

€2600.00 | £2195.00 | $2995.00*

store.mintel.com | store@mintel.com

Amerika: +1 (312) 932 0400
China: +86 (21) 6032 7300
Deutschland: +49 (0) 211 3399 7411
Indien: +91 22 4445 1045
Singapur: +65 6653 3600
Thailand: +66 2 821 5122
Großbritannien: +44 (0) 20 7606 4533

* Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sind diese Preise korrekt, sie können sich aber aufgrund von Währungsschwankungen ändern.

MINTEL

Disclaimer
This is marketing intelligence published by Mintel. The consumer research exclusively commissioned by Mintel was conducted by a German licensed market survey agent (see Research Methodology Europe for more information).

Allgemeine Geschäfts- und Nutzungsbedigungen
Jede Benutzung und/oder jede Kopie dieses Dokuments unterliegt den allgemeinen Geschäftsbedingungen von Mintel, welche unter folgendem Link zu finden sind:
http://www.mintel.com/terms

Bei Fragen zur Benutzung dieses Dokuments wenden Sie sich bitte an Ihren Kundenbetreuer oder Ihren Helpdesk vor Ort.

Veröffentlicht von Mintel Ltd.
www.mintel.com
email: store@mintel.com

Helpdesk

Großbritannien	+44 (0)20 7778 7155
USA	+1 (312) 932 0600
Australien	+61 (0)2 8284 8100
China	+86 (21) 6386 6609
Deutschland	+49 211 2409023

© 2024 Mintel Group Ltd. Alle Rechte vorbehalten.

MINTEL