Hans-Jochen Brückner, Geschäftsbereichsleiter Energiemarktforschung der Innofact AG, Düsseldorf

Smart Home unter der Lupe

Die Innofact Energiemarktforschung hat im Rahmen der Studie „Kundennutzen Smart Home" über 900 Hauseigentümer und 300 Vermieter in Städten und ländlichen Regionen Deutschlands befragt. Die Untersuchung entstand u. a. in Zusammenarbeit mit Prof. Thorsten Schneiders von der FH Köln und Bernd Tenberg von Jung Stadtkonzepte sowie sechs Partnern aus der Energie- und Heiztechnikbranche. **TAM** sprach darüber mit Hans-Jochen Brückner.

Wie es scheint, wartet die Branche immer noch auf eine Initialzündung bei Smart Home. Was könnte das sein?

Wichtige Wachstumstreiber für Smart Home sind Trends wie der demografische Wandel, der hohe Stellenwert des eigenen Zuhauses, die fortschreitende Digitalisierung und die weitere Umsetzung der Energiewende. Der Smart-Home-Markt hat zwar ein enormes Potenzial, befindet sich aber immer noch am Beginn der Wachstumsphase. Für eine positive Marktentwicklung werden sehr differenzierte, auf unterschiedliche Kundenanforderungen zugeschnittene, leicht anwendbare und verständliche Angebote von zentraler Bedeutung sein. Sie müssen gleichzeitig profitabel sein. Anspruch und Wirklichkeit gehen hier oft auseinander.

Kann man derzeit schon mit Smart Home Geld verdienen?

Bei einer optimalen Positionierung und einem stärker auf die Kunden ausgerichteten Einsatz der Marketing- und Vertriebsinstrumente wären auch mit den heute angebotenen Smart-Home-Lösungen auskömmliche Margen realisierbar.

Was wünschen sich die Kunden?

Smart-Home-Anwendungen, die die Energieeffizienz erhöhen, sind für 80% der Hauseigentümer und Vermieter interessant. Hier werden Funktionen wie die Heizungssteuerung, eine gesteuerte Energienutzung, die automatische Energieregelung über intelligente Software und die Energiespeicherung gewünscht. Ein Problem dieser Angebote liegt in der Nutzerfreundlichkeit: Zum Beispiel wünschen sich viele Kunden Anwendungen aus „einer Hand". Am Markt sind aber überwiegend Do-it-yourself-Angebote erhältlich. Einen intelligenten Lichtschalter selbst einzubauen, trauen sich viele Kunden jedoch nicht zu. Hier besteht ein Spannungsfeld zwischen erwartetem Kundennutzen und tatsächlichem Angebot.

Welche Kunden sind für die Smart-Home-Technik besonders affin?

Entsprechend ihrer Rolle im Entscheidungsprozess sind Hauseigentümer und Vermieter die zentralen Zielgruppen. Die Anforderungsprofile innerhalb dieser unterscheiden sich nach Alter, Einkommen und Wohnort. So lässt sich zum Beispiel eine besonders hohe Affinität bei jungen Markteinstiegsgruppen im urbanen Raum feststellen. Weitere relevante Zielgruppen sind die Wohnungswirtschaft, Mieter hochpreisiger Wohnungen, aber auch Gewerbetreibende.

Trauen Sie es den deutschen Stadtwerken und anderen EVU zu, sich mit Smart-Home-Lösungen zu positionieren?

Stadtwerke und EVU schaffen es derzeit offensichtlich nicht, in diesem wachsenden Markt von Interessierten als hinreichend kompetenter Partner wahrgenommen zu werden. Damit Stadtwerke diesen Zukunftsmarkt nicht verschlafen, müssten sie lokale Kooperationen schmieden und ihre Angebote in regionalen Projekten verankern. Kommunale Projekte der energetischen Quartiersentwicklung bieten zum Beispiel eine ideale Plattform, Smart-Home-Angebote mit Energieeffizienzinitiativen zu vernetzen. Zudem bietet sich die große Chance, die derzeitige Beziehung zum Endkunen durch gezielte Smart-Home-Lösungsangebote im Rahmen profitabler Geschäftsmodelle weiter zu kapitalisieren. Smart Home wird künftig für die Frontrunner auf der Stadtwerke- und Energieversorgerseite ein wichtiges Geschäftsfeld darstellen.

Wer ist in Deutschland derzeit Vorreiter. Taugen diese Unternehmen als Vorbild?

In der Energiebranche hat die RWE das mit Abstand vielfältigste Angebot. Parallel dazu bieten Unternehmen aus der IT-Branche und dem Elektronik-Versandhandel Pakete an. Auch Telekommunikationsfirmen wie die Telekom und mobilcom-debitel haben Angebote für Smart-Home-Lösungen. Allerdings ist die Vertriebs- und Marketingstrategie stellenweise noch lückenhaft: Eine stärker nutzenorientierte Positionierung der Angebote und Einbindung von aus Endkundensicht relevanten Marktpartnern wie Fachhandwerksbetriebe und die Ausbildung des eigenen Verkaufs- und Hotline-Personals sind dringend erforderlich.

Die Branche wartet auf den Auftritt von neuen Playern wie Google und Apple. Wäre dann der Zug für die EVU abgefahren?

Google und Apple investieren massiv in diesen Zukunftsmarkt, haben aber ganz andere Kompetenzen als die EVU. In unserer Studie halten sie viele Befragte im Hinblick auf ihr Informationsangebot zu Smart-Home-Lösungen für kompetenter als Stadtwerke und EVU. Im Hinblick auf die Datensicherheit und die Beherrschung der Wertschöpfungskette von der Angebotslegung bis hin zur Wartung wird den Internetfirmen jedoch derzeit recht wenig Vertrauen entgegengebracht. Spiegelt man dies an der Erkenntnis, dass mehr als zwei Drittel der Befragten eine Smart-Home-Lösung aus einer Hand wünschen, wird die Chance für Stadtwerke und EVU deutlich, mit integrierten Lösungen unter Nutzung bestehender Marktpartnerschaften profitable Geschäftsmodelle zu entwickeln und umzusetzen.

www.innofact.de
www.jung-stadtkonzepte.de/
E-Mail: thorsten.schneiders@fh-koeln.de.