



# **SMART HOME**

## ZMG STUDIE 2020

# INHALT

## 1) **STUDIENSTECKBRIEF**

Design & Stichprobe

## 2) **ERGEBNISSE DER MARKTFORSCHUNG**

Interesse, Verbreitung, Kaufabsichten, Motive,  
Zeitung als Ratgeber

# STUDIENSTECKBRIEF

Grundgesamtheit	Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter zwischen 16 und 69 Jahren mit Internetzugang (Nutzung in den letzten 3 Monaten)
Methode	Quantitative Befragung im Online Access Panel
Zielgruppe	Onliner (quotiert über Alter (3) x Geschlecht (2), Bildung (3), Berufstätigkeit (4), Ortsgröße nach BIK 7 (7), Nielsen (9))
Stichprobe	n = 3937
Befragungszeitraum	KW 7 – KW 8 2020
Studiendurchführung	IFAK

# INHALT

## 1) **STUDIENSTECKBRIEF**

Design & Stichprobe

## 2) **ERGEBNISSE DER MARKTFORSCHUNG**

Interesse, Verbreitung, Kaufabsichten, Motive,  
Zeitung als Ratgeber

# BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

## TZ-Leser (WLK)

Befragte, die in den letzten 14 Tagen mind. in einer Zeitung etwas gelesen, geblättert oder angesehen haben.

## TZ-Leser (gestern)

Befragte, die „gestern“ (Montag: gestern/vorgestern) mind. in einer Zeitung etwas gelesen, geblättert oder angesehen haben.

## E-Paper TZ-Leser

Befragte, die in den letzten vier Wochen ein E-Paper einer Zeitung gelesen haben.

## SH-Interessierte

Befragte, die sich grundsätzlich für das Thema Smart Home interessieren („interessiert“, „sehr interessiert“).

## Kaufabsicht

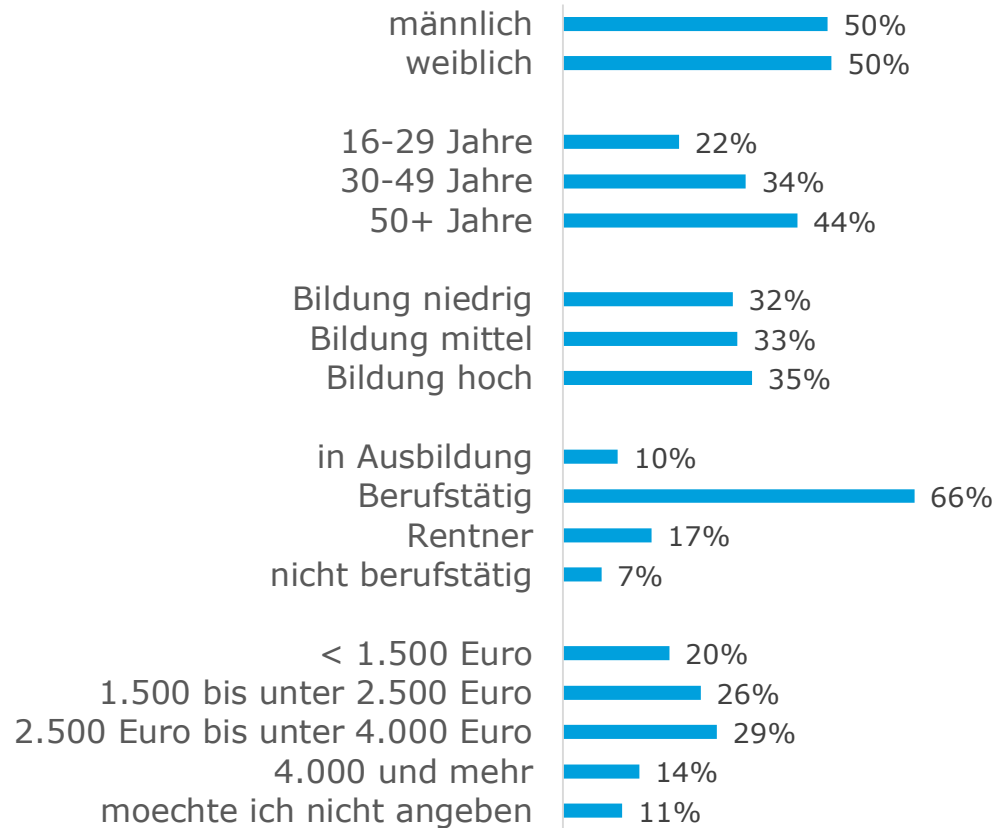
Befragte, die in den nächsten 12 Monaten planen, eine oder mehrere Smart Home-Anwendungen zu kaufen (unabhängig davon, ob es eine Neu- oder Ersatzanschaffung ist.) („ja, sicher“, „ja, vielleicht“).

# SMART HOME

*Viele Dinge im Haushalt kann man mit dem Internet verknüpfen. Diese Vernetzung von Haustechnik und Haushaltsgeräten, und auch die Vernetzung von Haushaltselektronik nennt man Smart Home. Mittels einer mobilen Steuerung (z. B. App auf dem Smartphone oder dem Tablet) lassen sich die vernetzten Geräte steuern, auch von unterwegs.*

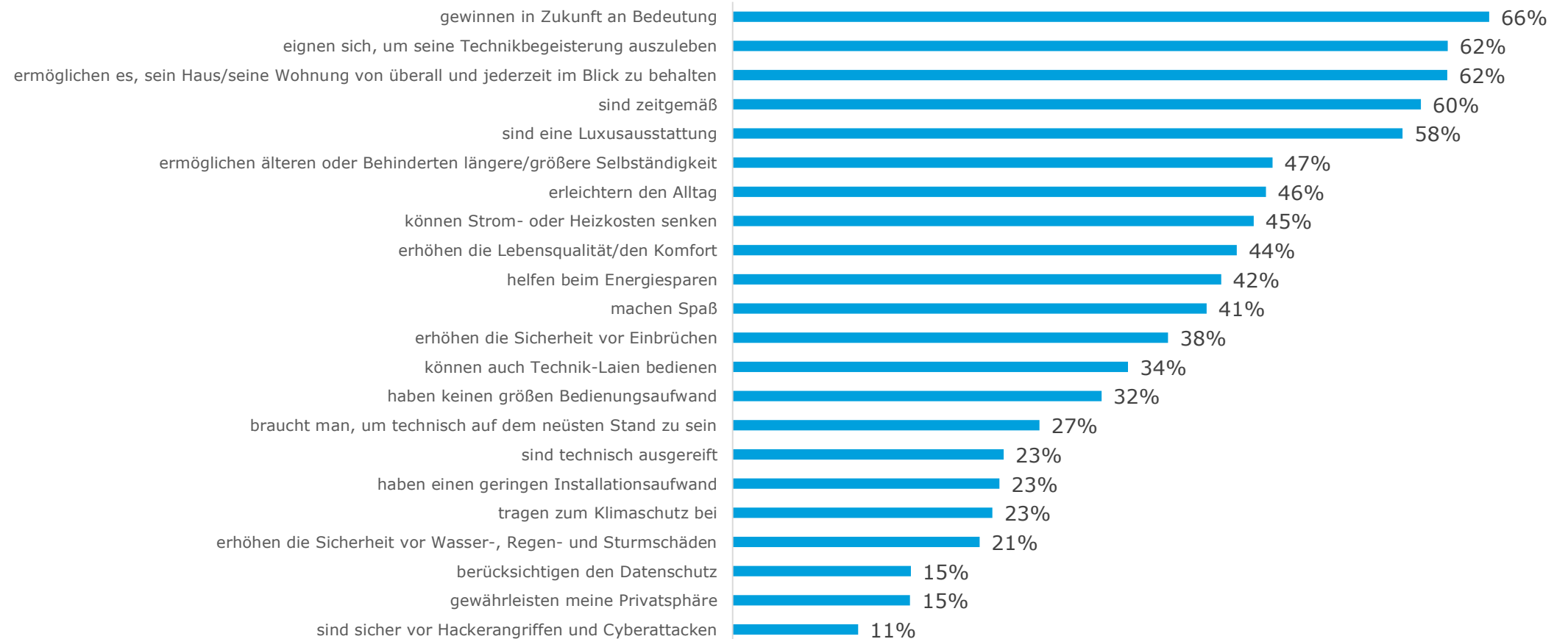
# STICHPROBE

## Soziodemografie und TZ-Leser



# STIMMUNGSBILD ZU SMART HOME

Zeitgemäße, moderne Technik mit Zukunftsrelevanz.



**Basis:** Gesamt n = 3937 | **Angaben:** in Prozent, Top 2 | **Frage:** „Hier finden Sie einige Aussagen zu Smart Home-Anwendungen im Allgemeinen. Dazu möchten wir gerne wissen, wie sehr Sie den folgenden Aussagen persönlich zustimmen. Smart Home-Anwendungen ...“



# Interesse an Smart Home

Mindestens jeder Dritte interessiert sich für Smart Home.

## 32%

**Jung, männlich,  
hohe Bildung,  
Gutverdiener,  
Zeitungsleser**



- männlich (38%)
- 16-29 Jahre (44%)
- 30-49 Jahre (38%)

- hohe Bildung (40%)
- berufstätig (36%)



- 2500-4000 € (39%)
- > 4000 € (46%)



- TZ-Leser (gestern) (39%)
- E-Paper Leser (46%)



## Produktinteresse\*

Besonderes Interesse an Geräten, die zur Energieeffizienz, Komfort und zur Sicherheit beitragen.



**56%**  
Thermostate



**53%**  
Leuchten



**49%**  
Steckdosen



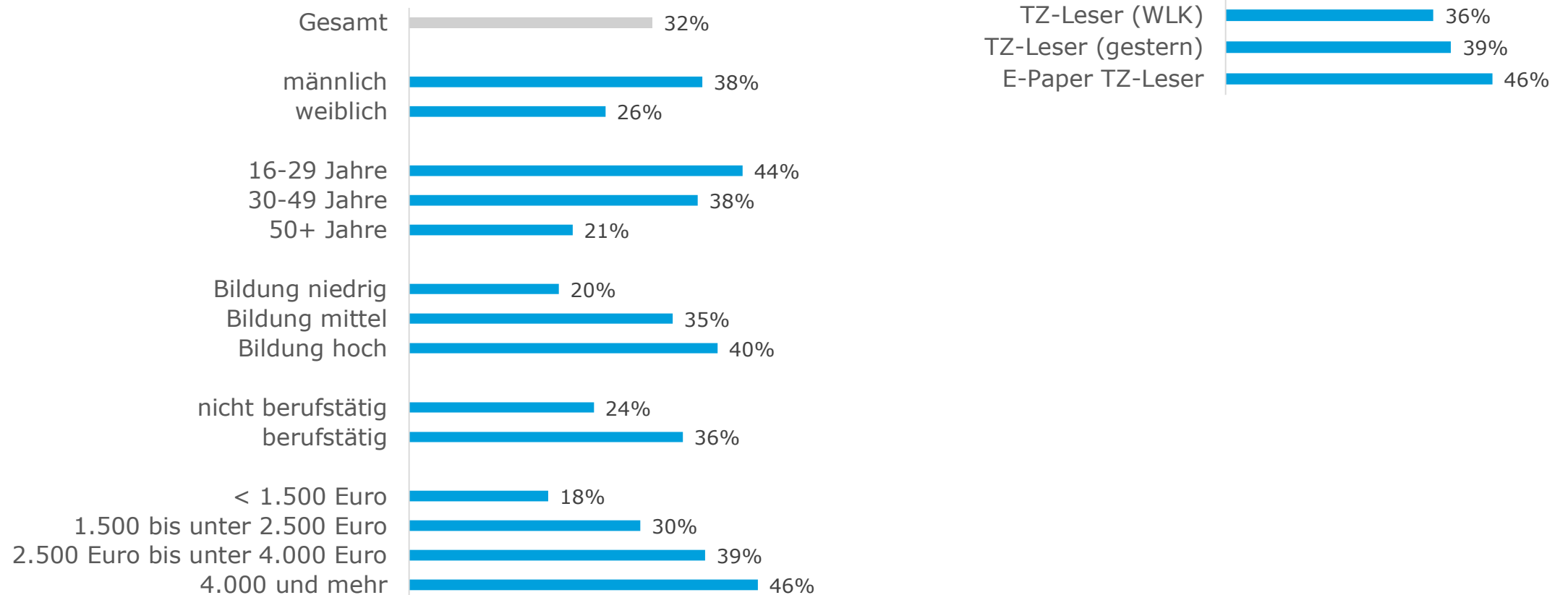
**48%**  
Anwesenheitssimulation



**44%**  
Umgebungsüberwachung

# INTERESSE AN SMART HOME

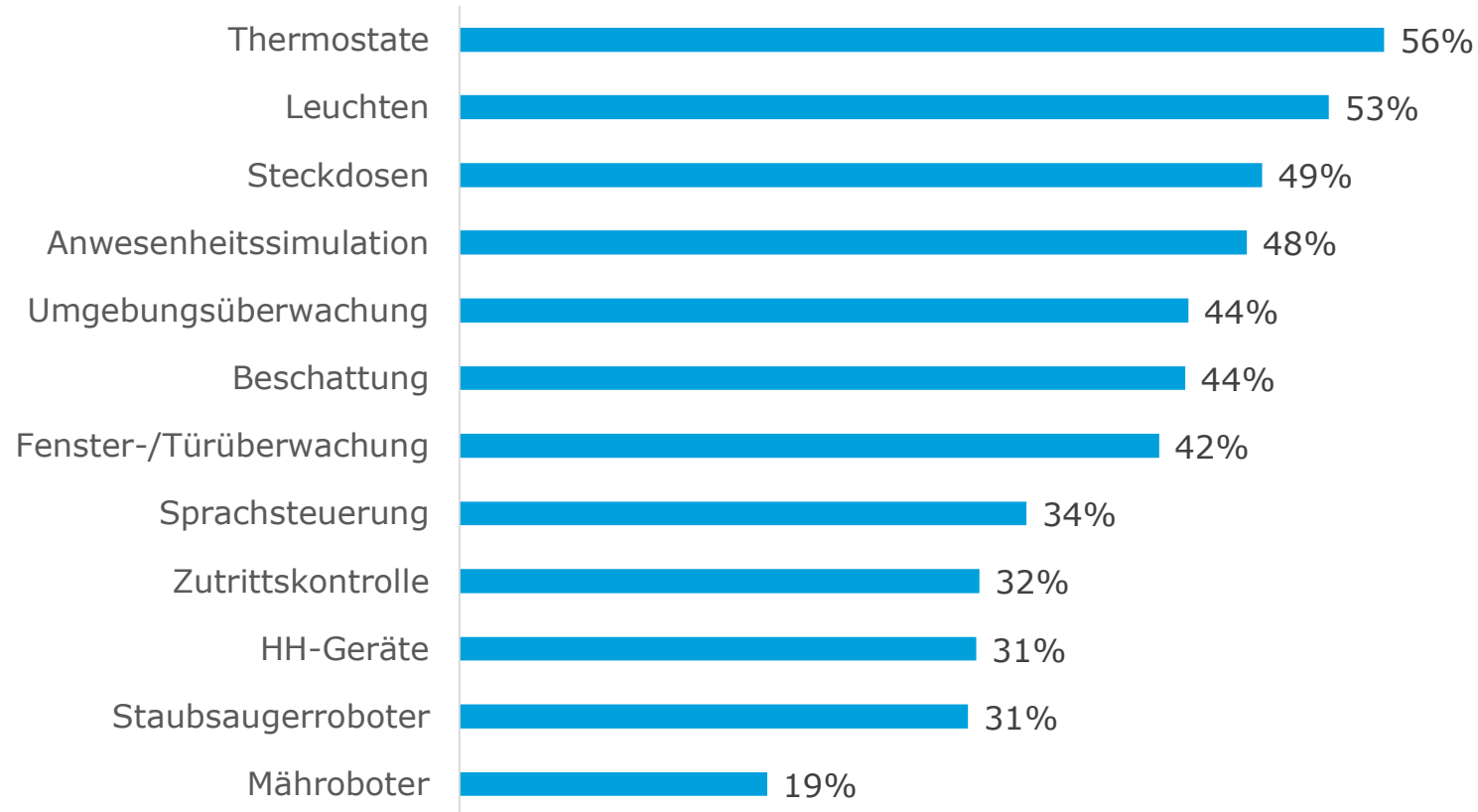
Mindestens jeder Dritte interessiert sich für Smart Home.



**Basis:** Gesamt n = 3937, männlich n = 1954, weiblich n = 1983, 16-29 Jahre n = 855, 30-49 Jahre n = 1350, 50+ Jahre n = 1732, Bildung niedrig n = 1253, Bildung mittel n = 1288, Bildung hoch n = 1396, nicht berufstätig n = 1342, berufstätig n = 2595, unter 1.500 Euro n = 785, 1.500 bis unter 2.500 Euro n = 1016, 2.500 Euro bis unter 4.000 Euro n = 1136, 4.000 Euro und mehr n = 562, TZ Leser (gestern) n = 1635, E-Paper Leser n = 1152 | **Angaben:** in Prozent

# PRODUKTINTERESSE

Besonderes Interesse an Geräten, die zur Energieeffizienz, Komfort und zur Sicherheit beitragen.



# Verbreitung und Kaufabsichten

Smart Home ist besonders bei Zeitungslesern beliebt.

## Verbreitung

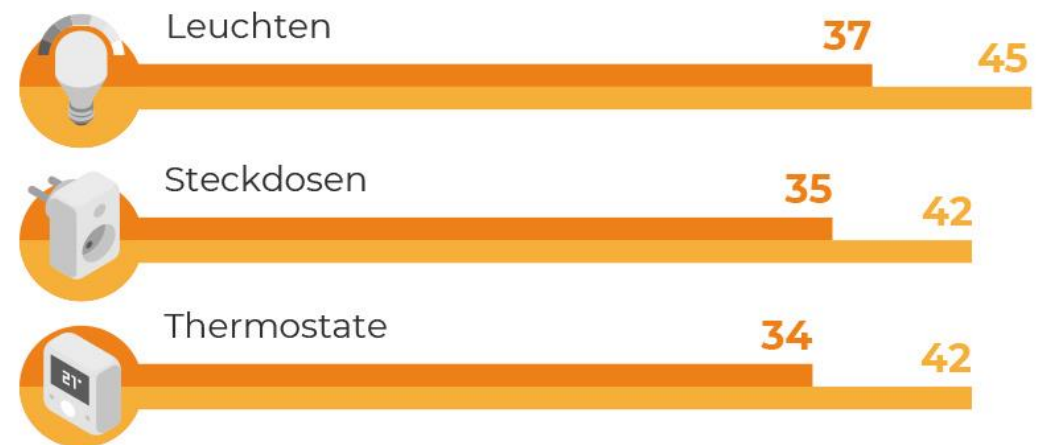
TZ-Leser sind Early Adopter.

## Kaufabsicht

Große Anschaffungspläne für weitere Smart Home Geräte.

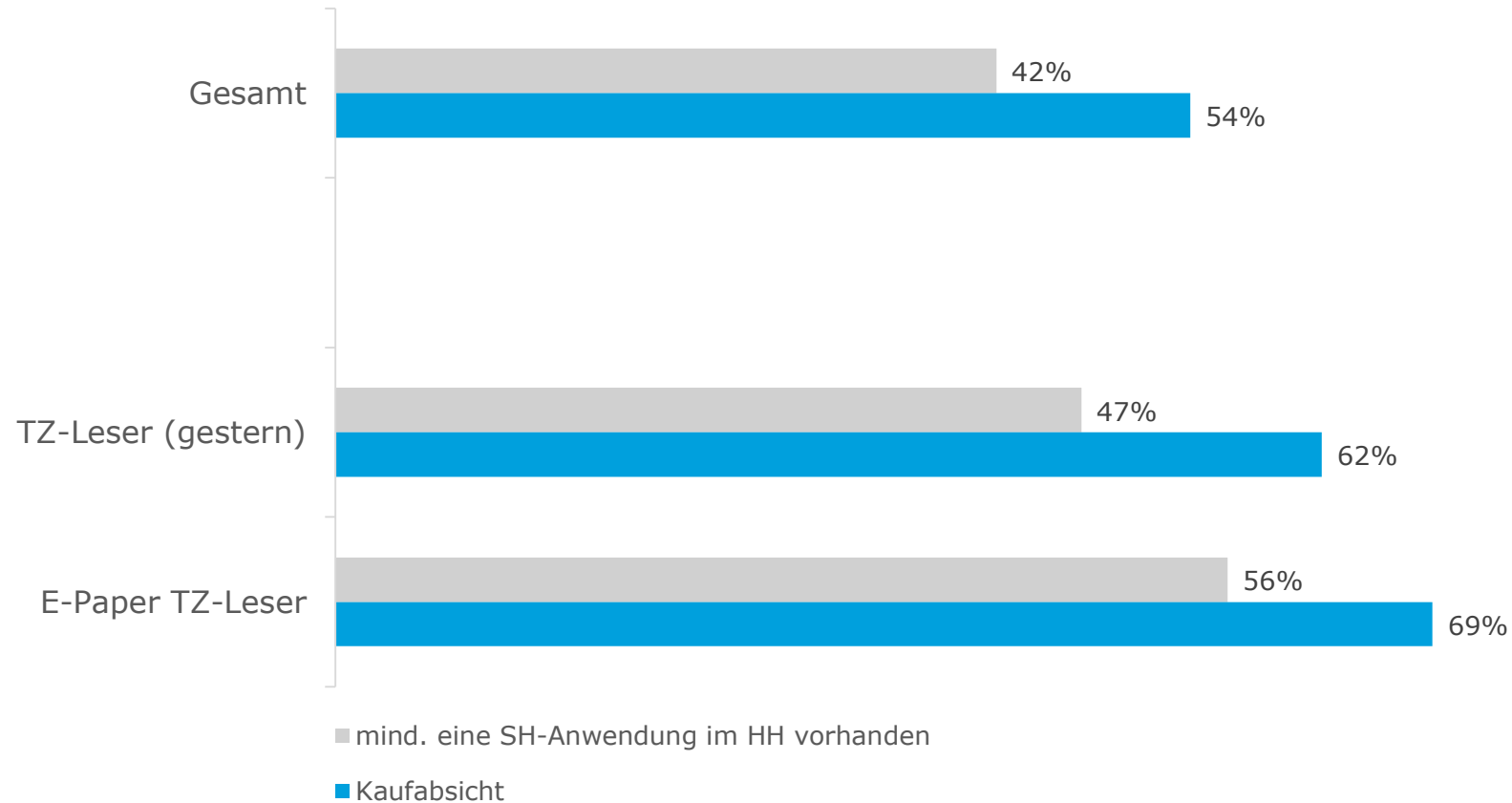


Top Bereiche:  
Energie & Komfort



# VERBREITUNG UND KAUFABSICHTEN

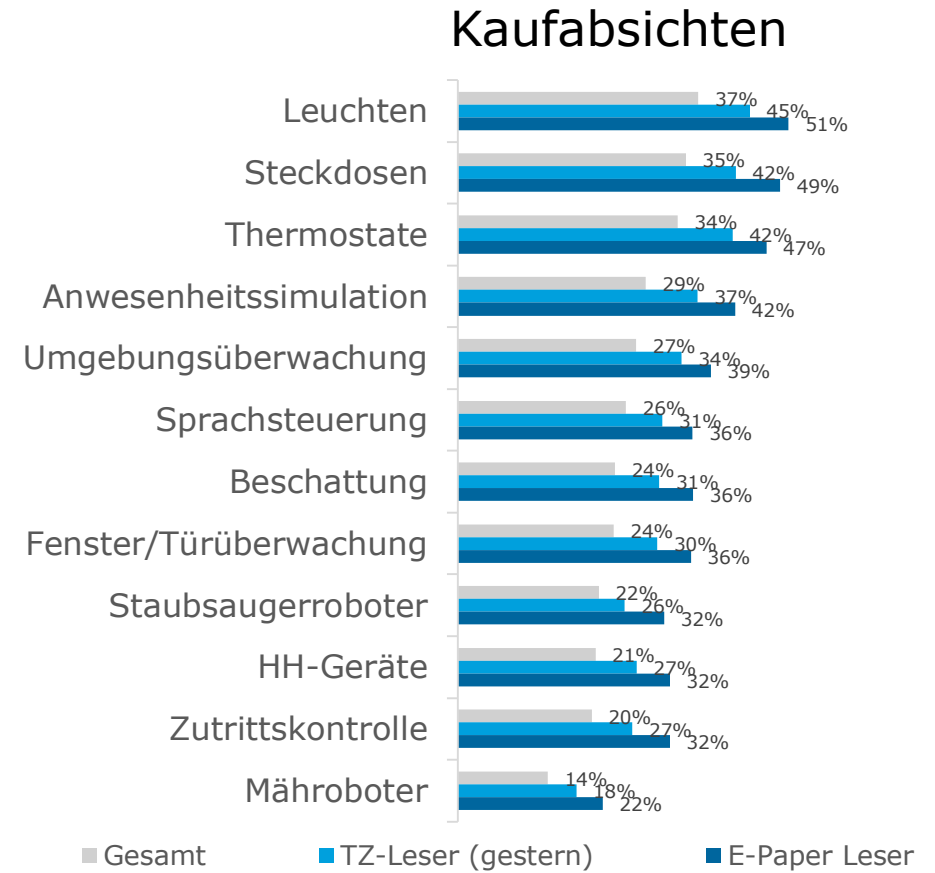
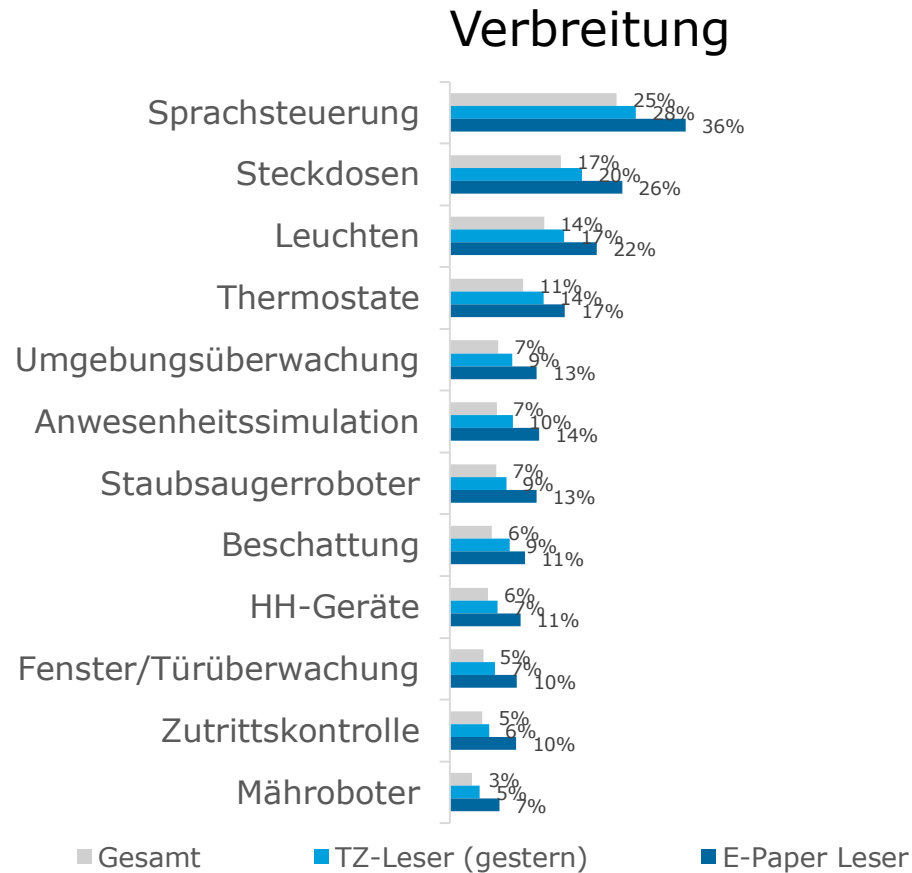
Große Anschaffungspläne für Smart Home trotz hoher Verbreitung.



**Basis:** Gesamt n = 3937, TZ Leser (gestern) n = 1635, E-Paper Leser n = 1152 | **Angaben:** in Prozent | **Fragen:** „Welche internetfähigen smarten Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?“, „Und planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine oder mehrere der folgenden Smart Home-Anwendungen zu kaufen?“

# PRODUKTSPEZ. VERBREITUNG & KAUFABSICHTEN

Mind. jeder Vierte kann sein Zuhause per Sprachbefehl steuern.

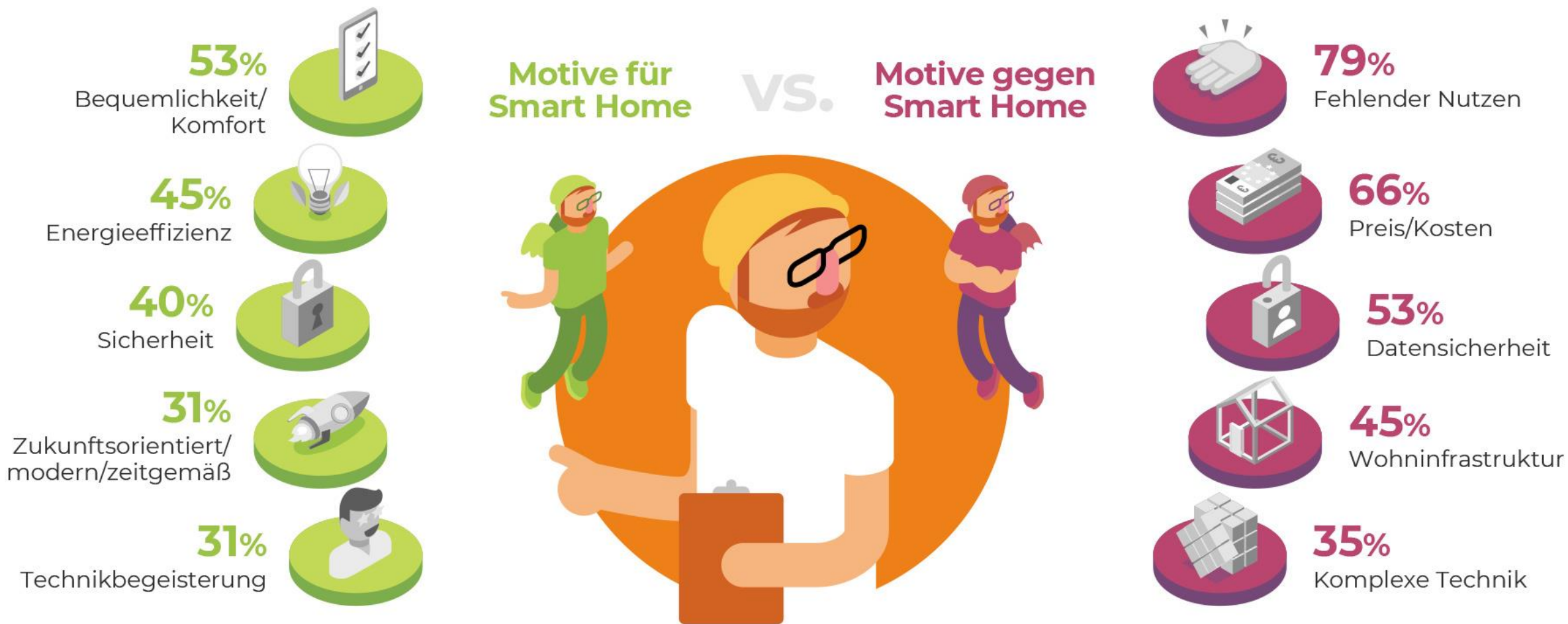


**Basis:** Gesamt n = 3937, TZ Leser (gestern) n = 1635, E-Paper Leser n = 1152 | **Angaben:** in Prozent | **Frage:** „Welche internetfähigen smarten Geräte sind in Ihrem Haushalt vorhanden?“



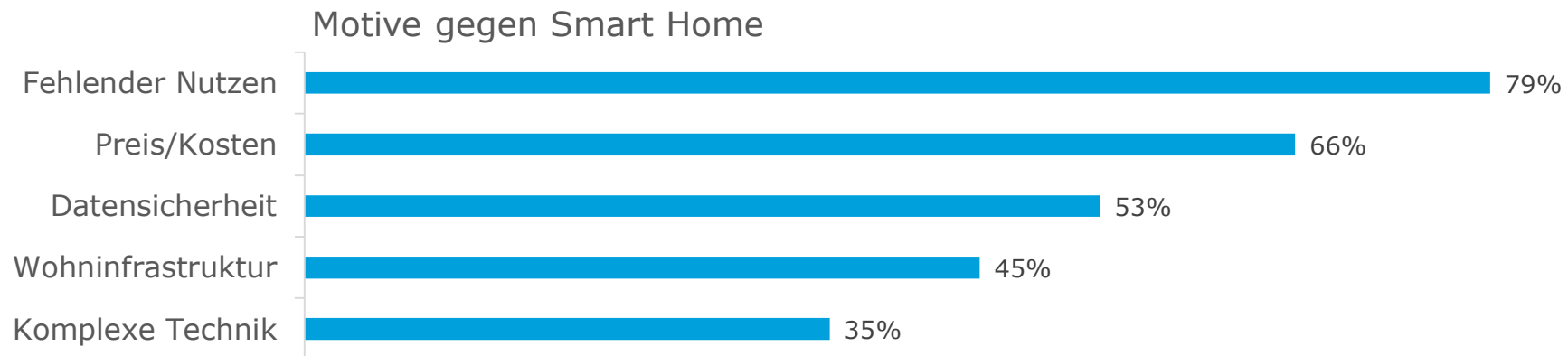
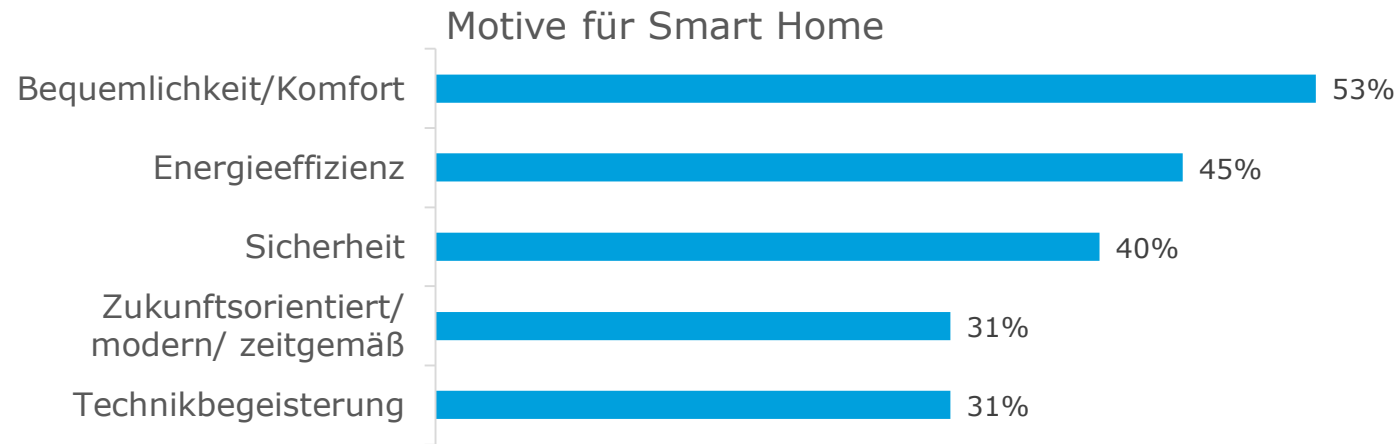
# Motive für und gegen Smart Home

Komfortsteigerung vs. fehlender Nutzen und Kosten



# MOTIVE FÜR UND GEGEN SMART HOME

## Komfortsteigerung vs. fehlender Nutzen und Kosten





# SCORE CARDS

25%

## Nutzer Soziodemografie



- Männlich (110)
- 16-49 Jahre (116)



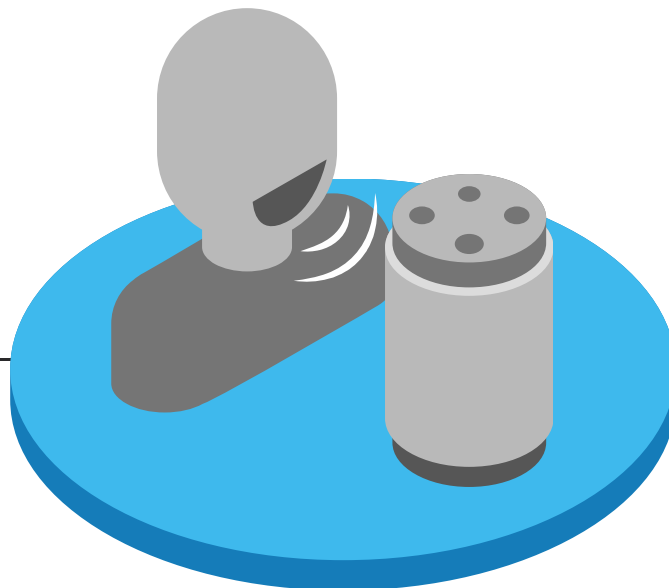
- Mittlere-hohe Bildung (110)
- berufstätig (110)



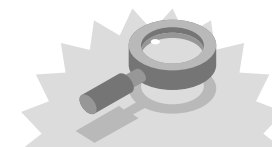
- >4000€ (134)



- TZ-Leser gestern (112)
- E-Paper Leser (141)



26%  
Kaufabsicht



34%  
Produktinteresse

### Motive dafür

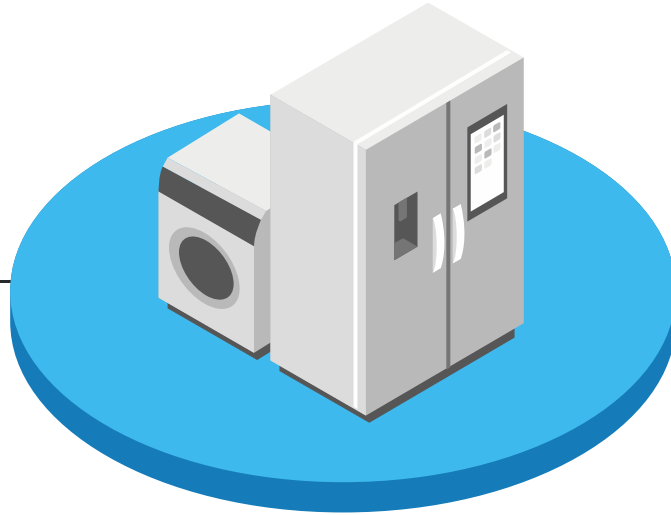
Sicherheit	16%
Energieeffizienz	19%
Bequemlichkeit/Komfort	70%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	34%
Technikbegeisterung	45%
Sonstiges	4%



### Motive dagegen\*

Kosten	33%
Komplexe Technik	12%
Datensicherheit	51%
Wohninfrastruktur	9%
Fehlender Nutzen	63%
Sonstiges	3%

## 6% Nutzer



**21%**  
Kaufabsicht

**31%**  
Produktinteresse

### Soziodemografie



- Männlich (111)
- 16-49 Jahre (147)



- hohe Bildung (130)
- berufstätig (115)



- >4000€ (148)



- TZ-Leser gestern (125)
- E-Paper Leser (185)

### Motive dafür

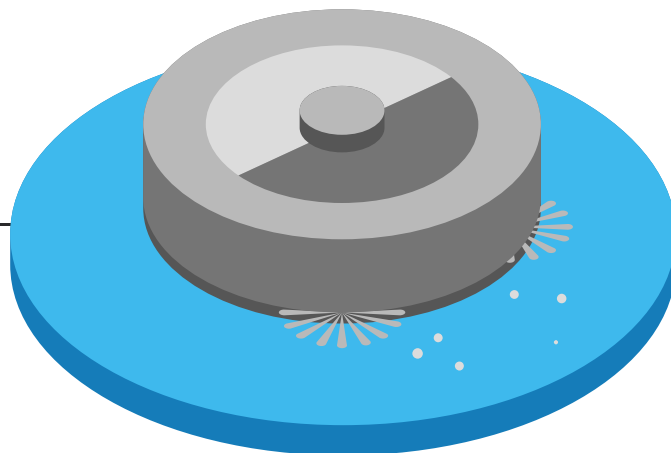
Sicherheit	19%
Energieeffizienz	56%
Bequemlichkeit/Komfort	63%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	36%
Technikbegeisterung	32%
Sonstiges	1%



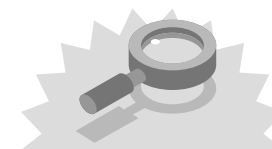
### Motive dagegen\*

Kosten	44%
Komplexe Technik	15%
Datensicherheit	25%
Wohninfrastruktur	13%
Fehlender Nutzen	67%
Sonstiges	4%

## 7% Nutzer



**22%**  
Kaufabsicht



**31%**  
Produktinteresse

### Soziodemografie



- Männlich (106)
- 16-49 Jahre (144)



- hohe Bildung (144)
- berufstätig (124)



- >4000€ (165)



- TZ-Leser gestern (122)
- E-Paper Leser (186)

### Motive dafür

Sicherheit	14%
Energieeffizienz	25%
Bequemlichkeit/Komfort	78%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	26%
Technikbegeisterung	31%
Sonstiges	2%



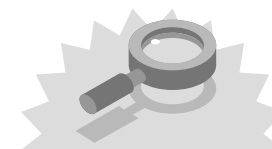
### Motive dagegen\*

Kosten	40%
Komplexe Technik	11%
Datensicherheit	20%
Wohninfrastruktur	13%
Fehlender Nutzen	67%
Sonstiges	5%

## 3% Nutzer



**14%**  
Kaufabsicht



**19%**  
Produktinteresse

### Soziodemografie



- Männlich (124)
- 16-49 Jahre (153)



- hohe Bildung (165)
- berufstätig (120)



- >4000€ (176)



- TZ-Leser gestern (134)
- E-Paper Leser (253)

### Motive dafür

Sicherheit	22%
Energieeffizienz	30%
Bequemlichkeit/Komfort	70%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	29%
Technikbegeisterung	32%
Sonstiges	2%



### Motive dagegen\*

Kosten	33%
Komplexe Technik	9%
Datensicherheit	16%
Wohninfrastruktur	23%
Fehlender Nutzen	64%
Sonstiges	12%

## 11%

### Nutzer Soziodemografie



- Männlich (122)
- 30-49 Jahre (124)



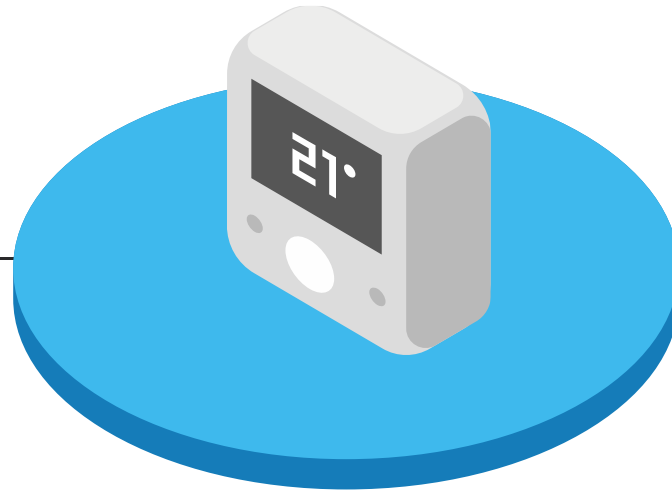
- hohe Bildung (125)
- berufstätig (123)



- >4000€ (154)



- TZ-Leser gestern (128)
- E-Paper Leser (157)



**34%**  
Kaufabsicht



**56%**  
Produktinteresse

#### Motive dafür

Sicherheit	14%
Energieeffizienz	81%
Bequemlichkeit/Komfort	52%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	31%
Technikbegeisterung	22%
Sonstiges	1%



#### Motive dagegen\*

Kosten	48%
Komplexe Technik	17%
Datensicherheit	23%
Wohninfrastruktur	23%
Fehlender Nutzen	50%
Sonstiges	6%

## 14%

### Nutzer Soziodemografie



- Männlich (118)
- 30-49 Jahre (132)



- hohe Bildung (123)
- berufstätig (118)



- >4000€ (149)



- TZ-Leser gestern (122)
- E-Paper Leser (156)



## 37%

Kaufabsicht

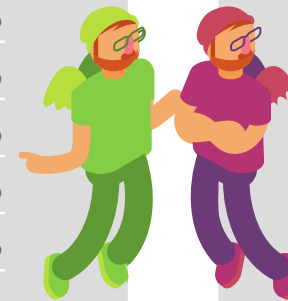


## 53%

Produktinteresse

#### Motive dafür

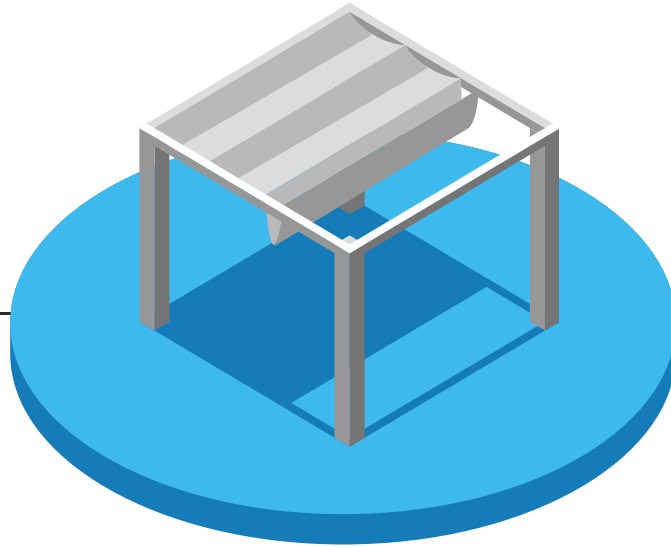
Sicherheit	28%
Energieeffizienz	63%
Bequemlichkeit/Komfort	65%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	29%
Technikbegeisterung	32%
Sonstiges	1%



#### Motive dagegen\*

Kosten	47%
Komplexe Technik	15%
Datensicherheit	24%
Wohninfrastruktur	17%
Fehlender Nutzen	59%
Sonstiges	3%

## 6% Nutzer



### Soziodemografie



- Männlich (105)
- 16-29 Jahre (161)



- hohe Bildung (136)
- berufstätig (113)



- >4000€ (157)



- TZ-Leser gestern (142)
- E-Paper Leser (178)



**24%**  
Kaufabsicht



**44%**  
Produktinteresse

### Motive dafür

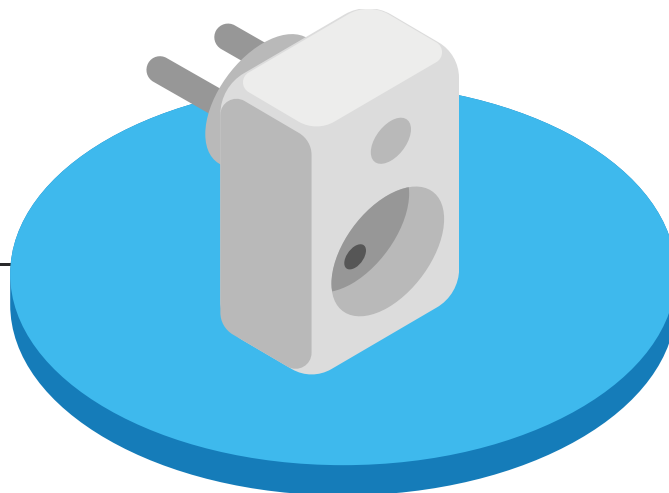
Sicherheit	49%
Energieeffizienz	43%
Bequemlichkeit/Komfort	66%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	31%
Technikbegeisterung	25%
Sonstiges	1%



### Motive dagegen\*

Kosten	46%
Komplexe Technik	12%
Datensicherheit	20%
Wohninfrastruktur	24%
Fehlender Nutzen	54%
Sonstiges	6%





17%

## Nutzer Soziodemografie



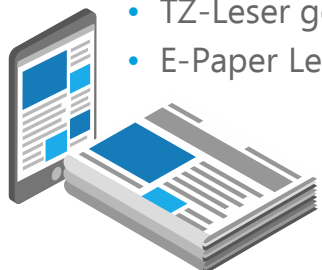
- Männlich (124)
- 16-49 Jahre (114)



- Mittlere-hohe Bildung (111)
- berufstätig (113)



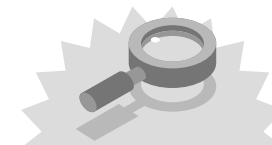
- >4000€ (146)



- TZ-Leser gestern (119)
- E-Paper Leser (155)



35%  
Kaufabsicht



49%  
Produktinteresse

### Motive dafür

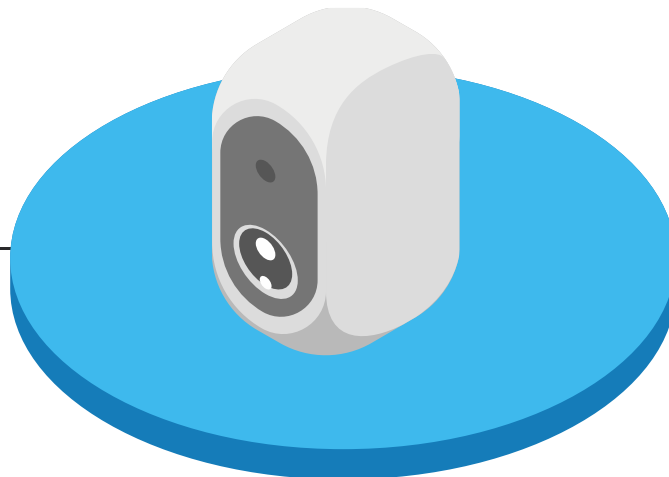
Sicherheit	21%
Energieeffizienz	51%
Bequemlichkeit/Komfort	67%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	33%
Technikbegeisterung	32%
Sonstiges	2%



### Motive dagegen\*

Kosten	41%
Komplexe Technik	15%
Datensicherheit	28%
Wohninfrastruktur	15%
Fehlender Nutzen	60%
Sonstiges	4%

## 7% Nutzer



### Soziodemografie



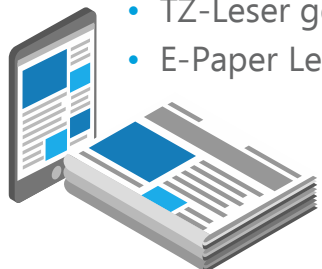
- Männlich (120)
- 16-49 Jahre (117)



- hohe Bildung (125)
- berufstätig (121)



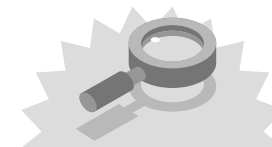
- >4000€ (178)



- TZ-Leser gestern (130)
- E-Paper Leser (180)



**27%**  
Kaufabsicht



**44%**  
Produktinteresse

### Motive dafür

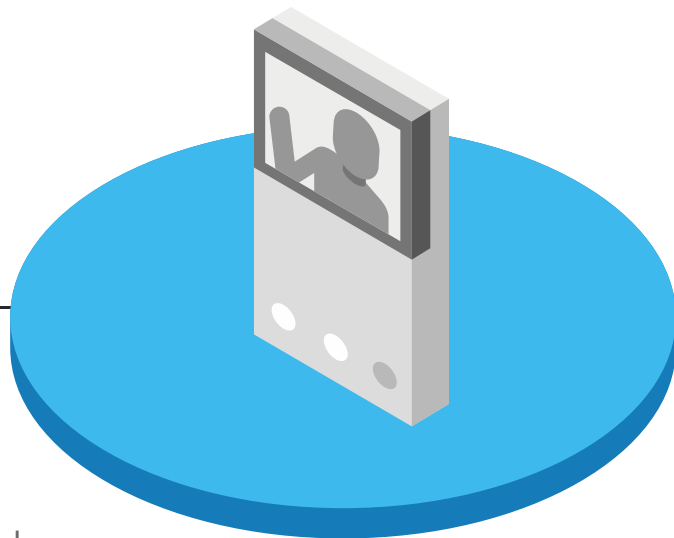
Sicherheit	80%
Energieeffizienz	21%
Bequemlichkeit/Komfort	31%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	29%
Technikbegeisterung	23%
Sonstiges	1%



### Motive dagegen\*

Kosten	47%
Komplexe Technik	17%
Datensicherheit	34%
Wohninfrastruktur	21%
Fehlender Nutzen	51%
Sonstiges	5%

## 5% Nutzer



### Soziodemografie



- Männlich (118)
- 16-29 Jahre (174), 30-49 Jahre (113)



- hohe Bildung (139)
- berufstätig (116)



- >4000€ (164)



- TZ-Leser gestern (121)
- E-Paper Leser (205)



**20%**  
Kaufabsicht



**32%**  
Produktinteresse

### Motive dafür

Sicherheit	68%
Energieeffizienz	22%
Bequemlichkeit/Komfort	44%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	34%
Technikbegeisterung	28%
Sonstiges	1%



### Motive dagegen\*

Kosten	42%
Komplexe Technik	19%
Datensicherheit	36%
Wohninfrastruktur	19%
Fehlender Nutzen	57%
Sonstiges	5%

## 7% Nutzer



### Soziodemografie



- Männlich (126)
- 16-49 Jahre (123)



- hohe Bildung (125)
- berufstätig (116)



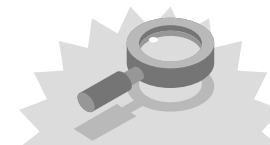
- >4000€ (161)



- TZ-Leser gestern (135)
- E-Paper Leser (191)



**29%**  
Kaufabsicht



**48%**  
Produktinteresse

### Motive dafür

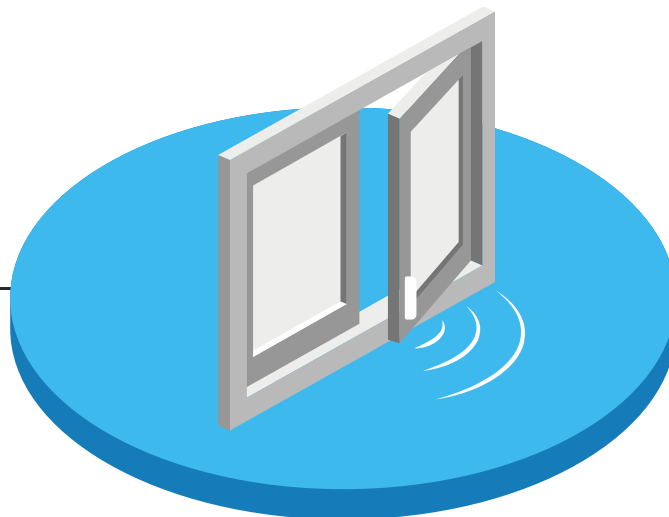
Sicherheit	76%
Energieeffizienz	22%
Bequemlichkeit/Komfort	30%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	27%
Technikbegeisterung	22%
Sonstiges	1%



### Motive dagegen\*

Kosten	46%
Komplexe Technik	16%
Datensicherheit	30%
Wohninfrastruktur	19%
Fehlender Nutzen	53%
Sonstiges	5%

## 5% Nutzer



### Soziodemografie



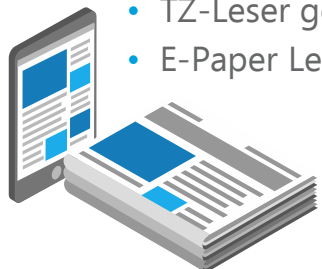
- Männlich (118)
- 16-49 Jahre (119)



- hohe Bildung (135)
- berufstätig (114)



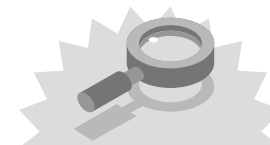
- >4000€ (159)



- TZ-Leser gestern (134)
- E-Paper Leser (201)



**24%**  
Kaufabsicht



**42%**  
Produktinteresse

### Motive dafür

Sicherheit	65%
Energieeffizienz	38%
Bequemlichkeit/Komfort	46%
Zukunftsorientiert/zeitgemäß	31%
Technikbegeisterung	25%
Sonstiges	1%

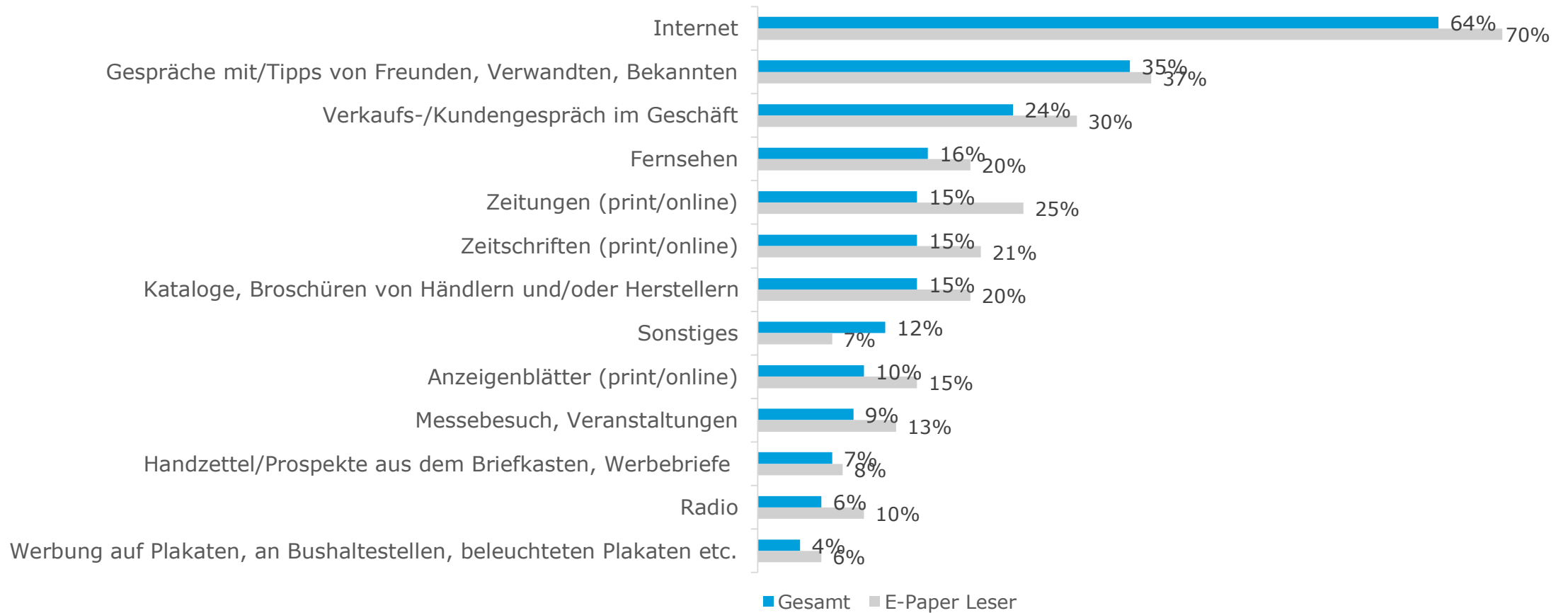


### Motive dagegen\*

Kosten	46%
Komplexe Technik	15%
Datensicherheit	25%
Wohninfrastruktur	22%
Fehlender Nutzen	55%
Sonstiges	4%

# INFORMATIONSQUELLEN

Zeitung unter den Top 5 der Infoquellen zu Smart Home.



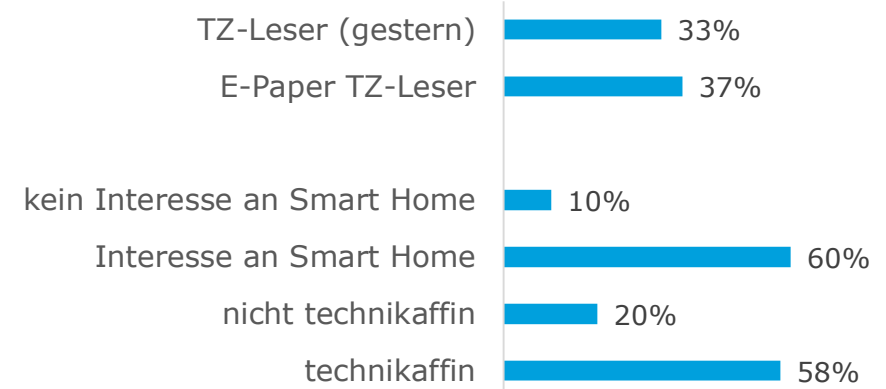
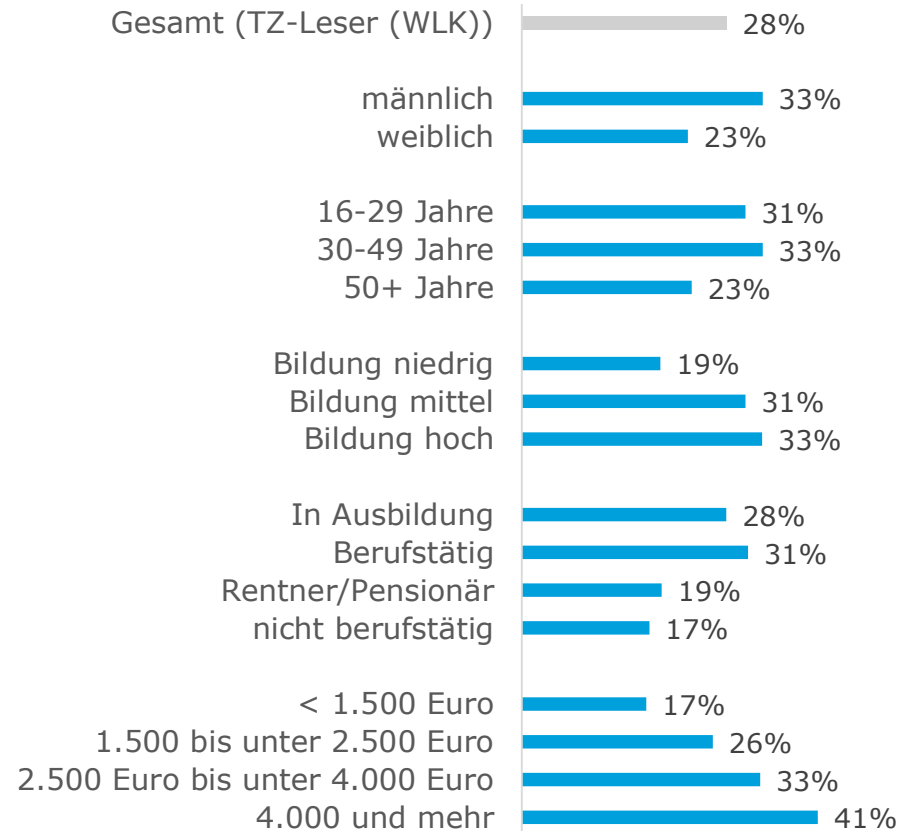
# Interesse an Sonderseiten in der Zeitung zum Thema Smart Home

Gutverdiener, Smart Home-Interessiert und technikaffin.



# INTERESSE AN SONDERSEITEN IN DER ZEITUNG ZUM THEMA SMART HOME

Gutverdiener, SH-Interessiert und technikaffin.





# Zeitung als Ratgeberin

## Hohe Verbreitung

- Fast jeder zweite TZ-Leser besitzt mind. eine Smart Home-Anwendung.
- Jeder dritte TZ-Leser steuert sein Zuhause per Sprachbefehl.

## Großes Interesse und Kaufabsichten

- TZ-Leser interessieren sich für Smart Home, insbesondere E-Paper Leser.
- Interesse und Kaufabsichten bestehen v.a. bei Produkten, die zur Energieeffizienz und Sicherheit beitragen.

## Zeitung als Ratgeberin

- Sonderseiten in der Zeitung zum Thema Smart Home werden gelesen und stoßen auf interessierte Leser. Besonders interessiert sind junge, gut gebildete und gut verdienende Männer.
- Potenzial der Zeitung: als neutrale Ratgeberin die Motive für und gegen Smart Home aufgreifen.

