

# Rückblick: 24. Expertenrunde SmartHomeNRW

Donnerstag, 15. April 2021, 17 Uhr (online)

Webinar-Plattform der SmartHome-Initiative Deutschland

## FOKUSTHEMA:

### Wie Smart Home kommunizieren ?

Möglichkeiten, Erfahrungen und Empfehlungen

Die 24. SmartHomeNRW-Expertenrunde konnte den Teilnehmern wieder hochwertige Informationen in den Vorträgen bekannter und kompetenter Fachleute und in interessanten Diskussionen im Rahmen einer digitalen Podiumsrunde zum Fokusthema „Wie Smart Home kommunizieren?“ bieten.

Auch diese SmartHomeNRW-Expertenrunde fand wegen der Coronakrise nur online statt. Mit ca. 40 online-Teilnehmern war der Zuspruch wieder sehr groß. Alle Teilnehmer erhielten nach der Veranstaltung einen Link zum Kurzprotokoll (Rückblick) und zu den Vortragsdokumenten (Foliensets).

#### Vortrag Günther Ohland

Nach einer Begrüßung durch Günther Ohland und Klaus Scherer (inkl. einer kurzen Einführung ins Fokusthema) startete der Vorstandsvorsitzende der SmartHome Initiative Deutschland, Günther Ohland, unter dem Titel „Lessons learned? Kommunikation und PR für SmartHome“ mit einem Überblicksvortrag zur Entwicklung, Lage und Perspektive der Kommunikation und der PR für Smart Home. Empfehlungen für zukünftige Aktivitäten wurden dabei nicht vergessen. Als Hauptfehler der Vergangenheit nannte er dabei die zu starke Argumentation über technische Ausstattungen und Leistungsmerkmale, ohne den Bezug zur Anwendung und deren Nutzen für den Endkunden zu kommunizieren. Auch forderte er die Berücksichtigung der div. SmartHome-Teilmärkte und die Orientierung der Kommunikation an den normalen Diffusionsprozessen von Innovationen wie SmartHome von der Phase des Technikenthusiasmus bis zu den skeptischen Nachzüglern. Als besonders wichtig für die Kommunikation und PR stellte er die richtige und wirkungsvolle Ansprache der Entscheider z.B. in den Wohnungsgesellschaften, bei den Fertighausherstellern und den privaten Hausbauern heraus. Das sind oft Kaufleute, Juristen, Marketing- und Vertriebsfachleute mit den entsprechenden Denkweisen. Einer seiner Hinweise: im Privathausbereich entscheiden sehr oft die „Bau-Damen“ statt der „Bau-Herren“. Wichtig war noch sein Ratschlag, die mit enormen PR-Budgets am SmartHome-Markt nunmehr agierenden Global-Player zu beobachten. Apple, Google, Samsung und Amazon fokussieren auf Teilmärkte wie Sprachsteuerung und prägen mit der dazugehörigen Kommunikation immer mehr das oft einseitige Bild von Smart Home beim Endkunden. Die wichtigsten Empfehlungen von Günther Ohland zum Ende seines Vortrags: immer den Nutzen kommunizieren; Komplettlösungsangebote für die Umrüstung in Bestandsimmobilien zum Komplettpreis machen und kommunizieren; Zusicherungen zum Datenschutz und zur Qualität geben (DSGVO-Konformität; Made in Germany/Europe); eigene Lösungen mit den Systemen der Großen verknüpfen und diese Möglichkeiten kommunizieren.

#### Vortrag Desiree Schneider

In einem munteren und anregenden Vortrag ergänzte die Pressesprecherin der SmartHome Initiative Deutschland, Desiree Schneider, den ersten Vortrag. Sie outete sich gleich als nicht-Fachfrau was die Technik betrifft, aber als Fachfrau für Journalismus, PR und

Unternehmenskommunikation. Dadurch kann sie sich sehr gut in die Lage und Denkweise des Endkunden versetzen. Aus ihrer Sicht wird SmartHome oft als für den normalen Endkunden und Anwender verwirrende und komplexe Vielfalt von Technik dargestellt. Oft gibt es aber auch ein Abgleiten in PR-Gags und Banalitäten. Die Verdeutlichung des Mehrwerts in der Anwendung kommt dabei nicht an. Sie empfahl dann den YouTube-Kanal „SmartHome-TV“ als Versuch, Grundlagenwissen für Laien zu schaffen und das Thema SmartHome zu entmystifizieren. Ihre Ratschläge für die SmartHome-Kommunikation: klein anfangen, nicht das Maximum zeigen; SmartHome als Assistenzsystem wie im Auto kommunizieren; die Orientierung an den Bedürfnissen, der Lebenssituation und dem Wissen der Anwender berücksichtigen; keine zwingende Verknüpfung mit IoT und Internet anbieten und darstellen; echte und einleuchtende Nutzenbereiche wie Wohnen im Alter, Energieeffizienz, Sicherheit und die Verbindung mit e-Mobilität nach vorne stellen, nicht die „nice-to-have“-Funktionen wie Komfort und Entertainment.

### **Vortrag Bernd Grohmann**

Danach hatte Bernd Grohmann, Vorstand von EQ-3 (Smart Home Marke HomeMatic/-IP) mit seinem Vortrag „Quo vadis Kommunikation für Smart Home?“ das Wort. Er startete mit einem interessanten Umfrageergebnis von 2020, wobei 37% der deutschen Haushalte angaben, Smart-Home-Anwendungen zu verwenden (nach 26% in 2018). In den Haushalten die bisher keine Smart-Home-Anwendungen nutzen sind die Gründe der Nichtnutzung z.B. : Bedienung zu kompliziert, Angst vor Hacker-Angriffen, Technik nicht ausgereift. Als letztlich entscheidend für die nachhaltig erfolgreiche Vermarktung von Smart Home Lösungen und Produkten stellte er die tatsächliche Erfüllung der Kundenerwartungen als essentielle Voraussetzung für die Kommunikation und PR heraus. Wichtige Faktoren sind hier beispielsweise Sicherheit, Zuverlässigkeit, Einfachheit, Bezahlbarkeit, Datenschutz, Produktreife. Da eine Marktstudie von Berg Insight vom Januar 2021 eQ-3 bzw. Homematic IP wiederum als europäischen Marktführer im Bereich Smart Home Systemen nennt, sieht Bernd Grohmann die Erfüllung von Kundenerwartungen als die beste Kommunikation und PR für den Markterfolg von Smart Home Produkten und Lösungen.

### **Vortrag Frank Kreif**

Frank Kreif, Geschäftsführer der plugged media GmbH (Fachzeitschrift „Smart Homes“), forderte in seinem Vortrag „Irrwege ins Glück – Smart Home Kommunikation für den Verbraucher“ langfristig glücklich machende Smart Home Lösungen, um den Verbraucher nicht zu enttäuschen. Er sieht den Weg zum erfolgreichen Smart Home aktuell noch wie einen anstrengenden Hürdenlauf. Als erste Hürde sieht er einen ausreichenden SEO Score (SEO = Search Engine Optimization), d.h. die Website eines Smart Home Angebots muss in einem ausreichenden Umfang in Suchmaschinen gefunden werden. Die zweite Hürde sieht Frank Kreif im Finden eines leistungsfähigen und kompetenten Machers des geplanten Smart Homes. In der Kommunikation findet der Kunde nach dem naheliegenden Elektriker den „Smart Home Systemintegrator“, ohne zu wissen, was der genau anbietet und leistet. Als mehr allgemeine Hürde drei sieht Frank Kreif die potentiellen Mittler zum Smart Home Thema, nämlich die Architekten und Bauträger, die meist kein Interesse und kein Know How bzgl. Smart Home haben. Also kommunizieren sie das Thema auch nicht oder nicht korrekt. Also müssen potenzielle Smart Home Kunden hartnäckig beim Beschaffen der notwendigen Informationen und Kontakte sein. Den relevanten Smart Home Markt sieht Frank Kreif aktuell im Bereich des mittleren Preis- und Komplexitäts-Segment. Entsprechend muss die Kommunikation auf dieses Segment ausgerichtet sein.

## Vortrag Hans-Jochen Brückner, INNOFACT AG

Den Abschluss der Vortragsreihe bildete der Vortrag „Was sagt die Marktforschung ? – Welche Erwartungen haben die Kunden an Smart Home ?“ von Hans-Jochen Brückner (Direktor Energie- und Mobilitätsmarktforschung der INNOFACT AG). Innofact hat in drei Marktforschungsprojekten in den Jahren 2014, 2018 und 2020 zum Thema Smart Home auf der Mieter- und Eigentümerebene Daten erhoben. Dabei wurden Stichprobenmengen aus einem Consumerpanel von 500.000 Probanden per email eingeladen und befragt. Eine interessante Frage zielte auf den Bekanntheitsgrad von Smart Home Produkten und Lösungen. Es zeigte sich, dass bekannte Massenanbieter mit bekannten Produkten und gut kommunizierbarem Nutzen inkl. flankierender intensiver PR bei den Antworten „habe ich schon“, „bin darüber informiert“, „kenne ich dem Namen nach“ und „habe ich noch nie gehört“ ganz vorne liegen. Den ersten Platz belegte z.B. Amazon mit der Sprachsteuerung ALEXA. Die Ergebnisse wurden dann noch in den Zusammenhang mit den Wohnverhältnissen, dem Einkommen und dem Alter der Befragten gesetzt. Auch der Grad der positiven Bewertung einzelner Funktionen und Nutzeffekte der Produkte und Systemlösungen bei Mietern und Eigentümern ergaben interessante Erkenntnisse und ließen auch Rückschlüsse auf die bisher gelaufenen Kommunikations- und PR-Kampagnen zu. Sicherheits- und Energiesparfunktionen spielten dabei eine besondere Rolle. Bei den Anforderungen waren die Faktoren große Zuverlässigkeit und einfache Bedienung ganz vorne. Bei der Befragung aus welcher Quelle sich Smart Home Interessenten informieren lag das Internet mit 60% der befragten Eigentümer und Mieter mit weitem Abstand an erster Stelle.

Herr Brückner informierte dann noch über die Möglichkeit den Grad der Wahrnehmung der Smart Home PR der Anbieter bei den potenziellen Kunden zu untersuchen (Wirksamkeitsanalyse der PR). INNOFACT kann dazu Angebote machen.

## Digitale Podiumsrunde

Eine intensive digitale Podiumsrunde unter Beteiligung der Referenten und zusätzlich von Mike Lange, SmartFrog und SmartHome-Deutschland; Peggy Losen, Rademacher GmbH und Oliver Blumberg, Markt-intern stellte nochmals alle Informationen, Analysen und Empfehlungen aus den Vorträgen zur Diskussion.

Einigkeit bestand darin, dass in der Vergangenheit zu viel mit technischen Argumenten kommuniziert wurde. Mittlerweile ist das Smart Home Thema aber bei den Endanwendern und Kunden sehr viel besser bekannt und die Bedürfnisse, Sichtweisen und Erwartungen der potenziellen Kunden sind in oft schmerzhaften und kostspieligen Lernphasen nunmehr besser bei den Anbietern aller Art angekommen. Also besteht die berechtigte Hoffnung, dass die Smart Home Kommunikation in der nächsten Zeit zielgerichteter und effektiver als bisher sein wird.

**Die 25. SmartHomeNRW-Expertenrunde findet am Donnerstag, 24. Juni 2021 ab 17 Uhr mit dem Fokusthema „Sicher Wohnen mit SmartHome in der Wohnungswirtschaft“ statt. Als Gastgeber konnten wir die GEBAG Duisburg gewinnen. Nach jetzigem Stand wird auch diese Veranstaltung nochmals online stattfinden. Wir hoffen, die 26. Expertenrunde Ende September 2021 dann zumindest mit einem hybriden Format durchführen zu können.**