



Zukunftsmarkt Heimvernetzung aus der Perspektive potenzieller Nachfrager

Das aktuelle Lebensumfeld privater Nachfrager im Heimbereich ist durch eine große Vielfalt an technischen Geräten gekennzeichnet, ohne die ein modernes Leben kaum noch vorstellbar ist. Das Technische durchzieht dabei nahezu alle Anwendungsfelder, so dass man von einer Ubiquität im Haushalt sprechen kann: Haushaltstechnik („weiße Ware“), Unterhaltungselektronik/Medienutzung („braune Ware“) sowie Informations- und Kommunikationstechnik („graue Ware“). Im Hinblick auf die zunehmende Konvergenz und Vernetzung dieser unterschiedlichen Anwendungen und Technologien stellt die Beibehaltung von Kontrolle und Souveränität eine zentrale Anforderung der Nachfrager dar.

Sinnvolle und nutzenbringende Anwendungsmöglichkeiten von SerCHO finden sich nach Einschätzung potenzieller Nachfrager in allen relevanten Bereichen der Heimvernetzung wieder. Die Hauptanwendungsfelder liegen aus Endkundensicht in den Bereichen Kommunikation, Heizungs-/Klimatechnik, Haussicherheit und Unterhaltungselektronik dar. Die auf SerCHO basierende Form der Heimvernetzung wird von potenziellen Nachfragern insgesamt als äußerst zukunftssträchtiges Feature angesehen (vgl. Abbildung).

Der Mehrwert von SerCHO stellt sich aus Nachfrager-sicht mehrdimensional dar, d.h. es gibt nicht eine einzelne dominante Eigenschaft, die als Nutzen wahrgenommen wird. Es werden vielmehr parallel mehrere Vorteile als etwa gleichbedeutend angesehen: Bequemlichkeit, Zeitersparnis, Funktionserweiterung und gesteigerte Mobilität. Emotionale Mehrwerte und Imagevorteile besitzen für die Nachfrager eine deutlich geringere Bedeutung.

Bezüglich der grundsätzlichen Kaufbereitschaft von SerCHO-basierten Systemen und Lösungen zur Heimvernetzung zeigt sich schon heute ein weitgehend ausgeglichenes Bild zwischen potenziellen Käufern und Nicht-Käufern. Bereits nahezu jeder zweite Internetnutzer hält für sich persönlich eine Anschaffung für möglich. In Anbetracht der Tatsache, dass sich SerCHO erst in der Entstehungsphase befindet ist der Anteil der potenziellen Käufer als hoch zu werten. Es ist außerdem davon auszugehen, dass der Anteil mit einer weiteren Markterschließung im Zeitablauf nochmals zunehmen wird.

Kernzielgruppe von SerCHO stellen zunächst die Haushalte in Deutschland mit Internetzugang dar. In dieser Gruppe besteht für die durch SerCHO definierte Produktklasse c.p. ein maximal erreichbares Absatzpotenzial von ca. 7,7 Mio. Haushalten. Die Diffusion in der Kernzielgruppe, d.h. die Ausschöpfung des maximal erreich-



Partner:

- Alcatel-Lucent
- DAI-Labor
- Siemens
- WIK-Consult
- Cycos
- SevenSenses
- ProSyst Software
- Deutsche Telekom Laboratories

baren Marktpotenzials, wird auf der Grundlage der im Projekt durchgeführten Marktanalysen nach 10 Jahren auf ca. 4,7 Mio. Haushalte geschätzt. Das Umsatzpotenzial, bestehend aus Umsätzen für die erstmalige Anschaffung eines SerCHO-Systems und Umsätzen für die laufende Nutzung, liegt zu diesem Zeitpunkt bei einem geschätzten Jahresumsatz von mehr als 2 Mrd. €.

Die Kernzielgruppe der Internetnutzer in Deutschland lässt sich so segmentieren, dass die einzelnen Teilgruppen mit Blick auf ihre Einstellungen und ihr Adoptionsverhalten im Zusammenhang mit SerCHO jeweils in sich weitgehend homogen sind und sich gleichzeitig untereinander möglichst stark unterscheiden. Diese Struktur-analyse führt zu einer Typologisierung der Internetnutzer in Deutschland in fünf Segmente, deren Bezeichnungen jeweils auf dem psychografischen Profil der enthaltenen Personen basieren:

- Hedonistische Fans (27%).
- Funktionale Befürworter (14%).
- Internetaffine Neutrale (21%).
- Skeptiker (30%).
- Ablehner (8%).

Die charakteristischen soziodemografischen und psychografischen Eigenschaften der Nachfragertypen lassen sich in Form von Segmentsteckbriefen darstellen. Auf der Grundlage dieser Steckbriefe ist im Rahmen der Verwertung der SerCHO-Projektergebnisse eine zielgenaue Adressierung der Nachfragerbedürfnisse und Präferenzen in den einzelnen Segmenten möglich.

Administrative Leitung:

Dr. Kurt Lösch

Forschungs- und Innovationszentrum Alcatel-Lucent AG

Telefon: 0711/82145091 E-mail: Kurt.Loesch@alcatel.de

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr.-Ing. Sahin Albayrak

DAI-Labor der Technischen Universität Berlin

Telefon: 030.314-24943 E-mail: sahin.albayrak@dai-labor.de