

PRESSEINFORMATION

Smart Home zieht (ein): So denken Frauen und Männer

Die zweite repräsentative Umfrage von YouGov im Auftrag von COQON bestätigt den Trend zur intelligenten Vernetzung der eigenen vier Wände

Bremen, im April 2017 – Frische Daten, neue Erkenntnisse, unveränderter Kurs: Smart Home bleibt angesagt – und das insbesondere bei der jüngeren Zielgruppe. So kann sich lediglich 15 Prozent der 18- bis 35-Jährigen – die sogenannte Generation Y – nicht vorstellen in Smart Home Technologie zu investieren. Insgesamt, also unabhängig von Alter und Geschlecht, ist exakt jeder vierte Befragte (25%) nicht daran interessiert, die eigenen vier Wände intelligent zu vernetzen. Das sind zwei der relevantesten Ergebnisse der zweiten repräsentativen Studie des Marktforschungsinstituts YouGov im Auftrag von COQON. Die aktuellen Auswertungen bestätigen weitestgehend die Resultate der ersten Studie aus dem Vorjahr: Aus dieser ging hervor, dass annähernd drei Viertel der Deutschen (74%) gerne in einem Smart Home nach ihren eigenen Vorstellungen leben würden.

Sicherheit rund ums Haus höchste Priorität

Wie tickt Deutschland beim Smart Home? Und gibt es gravierende Unterschiede zwischen Mann und Frau? Bei den beliebtesten Smart-Home-Anwendungen ist die Rangliste geschlechterbezogen gleich. Am ehesten würden die Befragten zusammengenommen in die Sicherheit rund um Haus oder Wohnung investieren, wie unter anderem Bewegungsmelder, Fensterkontakte und Lichtsteuerung – für 45 Prozent hat dieser Bereich allerhöchste Priorität. Das Thema Energieersparnis rangiert mit 43 Prozent auf Platz zwei, gefolgt von der Alarmierung der Bewohner im Notfall (36%), Kameraüberwachung (34%) und Komfortlösungen (28%). Die größten Unterschiede zwischen Frauen und Männern existieren beim smarten Energiesparen und in der Unterhaltungselektronik. 47 Prozent der Männer, die in intelligente Heizungen investieren würden, stehen nur 39 Prozent der Frauen gegenüber. Während 27 Prozent der Männer ihre Unterhaltungselektronik intelligent vernetzen würden, sind die Frauen in diesem Segment mit 15 Prozent vertreten.

Internet als bevorzugte Informationsquelle

Wie geht Deutschland das Projekt „Smart Home“ eigentlich an? Weitere relevante Ergebnisse der Studie betreffen die Recherche-Wege: Der erste Schritt zur intelligenten Technik führt für Männer über das Internet (53%). Frauen wählen mit 46 Prozent etwas seltener diesen Weg. Zweitwichtigste Anlaufstelle für Männer und Frauen ist mit 39 Prozent der Fachhandel. Gefolgt

vom Elektro-Handwerk mit 28 Prozent. Gut jeder Vierte (23%) holt vorab zunächst im Freundes- und Bekanntenkreis Informationen ein.

Vorbehalte gegenüber den Kosten

Für fast jeden Zweiten der Generation Y (49%) sind Smart-Home-Lösungen zu teuer. Im Bevölkerungsdurchschnitt haben 42 Prozent der insgesamt Befragten Vorbehalte, was die Kosten angeht. Dabei sind Männer einem Smart Home gegenüber etwas skeptischer eingestellt als ihre weiblichen Gegenüber: 45 Prozent sagen, „smarte Lösungen seien zu teuer“ – 40 Prozent der Frauen vertreten die gleiche Meinung. Weitere Ergebnisse: Knapp jeder Zweite (46%) möchte auf „smarte Helfer“ in Autos, wie Türschloss-Fernbedienung, Licht- und Scheibenwischer-Sensorik oder Klimaanlage nicht mehr verzichten. Und gut der Hälfte (49%) der Befragten ist nicht bekannt, dass es – beispielsweise durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) – Förderungsmöglichkeiten gibt, um dem Traum vom Smart Home in den eigenen vier Wänden zu verwirklichen.

Hinweis zur Studie:

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2060 Personen zwischen dem 24.02.2017 und 28.02.2017 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

neusta next

neusta next konzentriert seine Unternehmungen auf technische Lösungen für das „Internet der Dinge“. Das Bremer Unternehmen ist ein Tochterunternehmen von team neusta, eine der größten Digitalagenturen Deutschlands. Mit COQON entwickelt neusta next eine neue Generation von Smart-Living-Lösungen für Komfort, Energie, Sicherheit und Unterhaltungselektronik. neusta next bietet COQON Professional exklusiv über das Fachhandwerk an. COQON Basic ist im Onlineshop unter www.coqon.de erhältlich.

www.coqon.de



Pressekontakt

HERING SCHUPPENER
Benjamin Pauwels
+49 (0)211 - 43 07 92 56
presse@coqon.de