

Smart Home: Bekendheid en omzet stijgen in bouwmarkten

13-02-2021 14:43



Wereldwijd is smarthome één van de snelst groeiende markten op dit moment, waarbij 250 miljoen huishoudens al minstens één smarthome-apparaat hebben. In 2018 werd wereldwijd 56 miljard dollar uitgegeven aan slimme toepassingen voor in en om het huis. De wereldwijde omzet van smarthome producten zal in 2022 gegroeid zijn naar 123 miljard dollar, zo verwacht onderzoeksbureau ABI Research. Daarbij verwachten ze dat de gemiddelde verkoopprijzen van de meeste apparaten gaan dalen. Marktonderzoeksbureau IDC verwacht dat de verkopen van slimme speakers en video-entertainment tot 2023 zullen teruglopen, terwijl slimme verlichting en thermostaten juist zullen groeien.

Volgens onderzoeksbureau GfK is de belangstelling voor smarthome onder Nederlandse consumenten in een stroomversnelling geraakt door de impact van Covid-19. “De coronacrisis heeft veel impact op ons dagelijks

leven. We spenderen veel meer tijd in huis. De behoefte om een prettige leefomgeving te creëren is daardoor toegenomen. De interesse in slimme oplossingen en virtual assistants is daarbij in een stroomversnelling gekomen”, stelt Tessa Holzenbosch van marktonderzoeker GfK. Uit hun onderzoek blijkt dat Nederlandse huishoudens momenteel gemiddeld vijf slimme apparaten in huis hebben. Twee derde daarvan is bewust gekozen vanwege hun ‘slimme’ toepassingen.

Internet als basis voor smart home

Volgens de Smart Home Monitor 2020 van GfK weet bijna een derde van de Nederlanders inmiddels waar een slim huis voor staat. Een stijgend aantal consumenten is geïnteresseerd in smarthome: bijna een vijfde verwacht binnen twee jaar een smarthome apparaat te hebben. Connectiviteit vormt daarbij een belangrijke voorwaarde. “Snel en stabiel internet is de basis voor smarthome”, stelt Holzenbosch van GfK. “In 2020 hebben Nederlandse huishoudens hier flink geïnvesteerd, want de markt voor routers en WiFi signaalversterkers is meer dan verdubbeld ten opzichte van vorig jaar. Tijdens de lockdown zagen we zelfs uitschieters van 500% en 700% in het aantal verkopen.” Tegelijkertijd constateert GfK dat minder consumenten bang zijn om gehackt te worden: dit percentage daalde van 31% in 2019 naar 27% in 2020.

Gemak en comfort van smarthome producten zijn de belangrijkste redenen voor aanschaf.

Virtuele assistenten met stembesturing

Een trend bij connectiviteit en smarthome is het bieden van één hub. Deze zorgt voor de centrale controle en het beheer van alle verbonden apparaten. Momenteel zijn er al apps en webapplicaties ontwikkeld die systemen met elkaar kunnen combineren. Voorbeelden van gepersonaliseerde connectiviteitshubs zijn Bluetooth, Homey, Zigbee, Z-Wave, Wi-Fi en andere IoT-oplossingen.

Uit de Smart Home Monitor van GfK blijkt dat smartspeakers met voice populair zijn. Deze virtual assistants worden vooral gebruikt voor het afspelen van muziek (52%) en het opvragen van het weerbericht (41%). Vier op de tien (39%) Nederlanders willen hun smarthome producten het liefst met de smartphone bedienen. Door de komst van virtual assistants verwacht 29% meer slimme oplossingen aan te schaffen.

GfK stelt dat zo’n 45% van de Nederlanders de hoge kosten de belangrijkste reden vindt om geen smart home-oplossingen aan te schaffen. Het onderzoeksbureau vindt dat hier een duidelijke kans ligt voor fabrikanten om consumenten bewust te maken hoe slimme oplossingen kunnen bijdragen aan gemak in huis en kosten- en energiebesparing op de langere termijn.

- 50% vindt dat zolang het huidige apparaat niet kapot is, deze niet vervangen hoeft te worden door een slimme versie
- 29% geeft aan dat de huidige thermostaat het nog doet
- 25% ziet slimme verlichting en schakelaars als luxe producten die weinig toevoegen
- 34% vindt dat het huidige product het nog vaak doet wat het moet doen
- 41% vindt de prijs bij slimme beveiligings- en veiligheidsproducten de hoogste drempel
- 35% vindt de prijs van slimme speakers te hoog

Vooral associatie met home-elektronica

Bij de aanbieders van smarthome producten associëren Nederlanders MediaMarkt in eerste instantie het meest (27%). Coolblue (20%) en bol.com (12%) maken de top drie compleet. Maar uit hetzelfde onderzoek van Multiscope blijkt in de praktijk dat smarthome producten vaker bij Coolblue en bol.com worden aangeschaft

dan bij MediaMarkt.

Installatie van smarthome oplossingen

Een kwart van de mensen die momenteel nog geen slimme oplossingen bezitten, willen deze bij voorkeur laten installeren, laten de cijfers van GfK zien. Maar vooralsnog is de bereidheid van consumenten om deze complexere, professionele smarthome oplossingen op korte termijn te laten installeren wereldwijd gezien lager, zo blijkt uit het onderzoek 'Global Smart Home Device Forecast' van Strategy Analytics. De belangrijkste redenen daarvoor zijn dat sommige landen de installatie binnenshuis verbieden of omdat consumenten het tijdens een pandemie niet prettig vinden dat installateurs hun huis binnenkomen. De verwachting is dat de installatie van deze smarthome systemen wordt uitgesteld tot het jaar 2023 of 2024.

Beveiligingssystemen grootste omzetaandeel

Wereldwijd heeft Home security het grootste omzetaandeel bij smarthome. Volgens onderzoeker Markets and Markets wordt er in 2023 wereldwijd ruim \$ 74 mld uitgegeven aan slimme rookmelders, alarmen, beveiligingscamera's en andere securityproducten, tegenover \$ 40 mld in 2017. Oorzaken voor deze groei van huisbeveiligingssystemen zijn een groeiend bewustzijn van dit type systemen, de opkomst van het Internet of Things (IoT) en draadloze technologieën en een toenemende acceptatie van IP-camera's voor videobewaking tijdens de coronacrisis.

Beveiligingscamera in Nederland populairst

In Nederland bezit momenteel zo'n 18% van alle huishoudens slimme beveiligingsapparatuur, stelt markt-onderzoeker Multiscope. In 2018 was dit nog 15%. Het populairste apparaat is een beveiligingscamera, 10% van alle huishoudens bezit zo'n apparaat. Uit het onderzoek blijkt dat slimme beveiliging door blijft groeien: 20% van de consumenten is van plan om binnen een jaar slimme beveiliging aan te schaffen.

Er is inmiddels al een half miljard euro aan slimme beveiliging en -veiligheid door Nederlandse consumenten uitgegeven, volgens Multiscope. Ten opzichte van 2018 is dit een groei van 38%. Het meeste geld wordt uitgegeven aan slimme beveiligingssystemen (€ 227 mln) en slimme beveiligingscamera's (€ 183 mln). Meer dan een half miljoen Nederlandse huishoudens heeft een slimme deurbel. De omzet van deze productgroep is ten opzichte van 2018 verdubbeld naar € 64 mln.

Groei potentie voor slimme beveiliging

Het onderzoeksbureau verwacht dat de Nederlandse consumenten in 2021 voor € 350 mln aan slimme beveiliging aanschaffen. Opgeteld bij het huidige bezit komt dit neer op een potentiële marktwaarde van € 900 mln. Voor een slim beveiligingssysteem wil een consument gemiddeld € 267 uitgeven, dit betekent een totaalomzet van bijna € 100 mln.

Bronnen: GfK Smart Home Monitor, ABI Research, Markets and Markets, IDC, analytics insight, Strategy Analytics, Multiscope

Verwachtingen voor 2021

- 20% is van plan om slimme verlichting aan te schaffen
- 15% wil slimme verlichting en schakelaars kopen
- 10% heeft interesse in slimme huishoudelijke apparatuur

- 8% van de Nederlandse consumenten heeft interesse om een slimme thermostaat te kopen
- 3% verwacht in 2021 een slimme speaker aan te schaffen

Redactie