Qualitative Marktforschungsstudie der BSH belegt:
Innovationen im Bereich vernetzte Hausgeräte treffen auf positive Verbraucherakzeptanz und bieten unterschiedliches Marktpotential

(ddp direct) München, 31. August 2011 (bsh). Wie möchten Menschen künftig ihren Alltag im Haushalt gestalten? Wie bewerten sie die Zukunftsüberlegungen der Entwickler und welche Akzeptanz bringen sie intelligenten Technologien entgegen? Vernetzt und supereffizient im Ressourcenverbrauch so lautet eine zentrale Antwort aus der Marktforschungsstudie Home Automation von der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH und Socrates Research & Consulting. Ideen, die diese Erwartungen schon in der Gegenwart erlebbar machen, präsentieren die Marken Bosch und Siemens auf der IFA 2011. Die hier ausgestellten Zukunftsvisionen spiegeln auch die Leitidee der BSH-Innovationsstrategie wider, Technologien für zukunftsorientierte Produkte zu entwickeln, die dynamische Lebenswelten und individuelle Wertepräferenzen der Verbraucher berücksichtigen.

Mobilität und Unabhängigkeit prägen den modernen Lebensstil. Zugleich hat man Zuhause gerne alles unter Kontrolle, komfortabel und sicher. Ist der Herd ausgeschaltet? Ist noch genügend Milch im Kühlschrank? Ist die Wäsche im Keller schon fertig? Eine aktuelle Marktforschungsstudie der BSH und Socrates Research & Consulting zeigt, dass die Vision vom vernetzten Haushalt den zukunftsorientierten Erwartungen der Verbraucher entspricht. In sogenannten Use Cases wurden verschiedene Haushaltsprofile zur Alltagstauglichkeit und Arbeitserleichterung durch Home Automation also der Integration und Steuerung kommunikationsfähiger Hausgeräte in intelligenten Netzen befragt. Am stärksten überzeugt die Anwender die über Home Automation-Features erzielte Zeitersparnis im Haushalt Zeit, die für Familie oder Freizeit genutzt werden kann. Auch die durch die gezielten Steuerungsfunktionen möglich werdenden Kostenreduzierungen schätzen die Befragten. Ein entscheidendes Argument ist aber die mit Home Automation entstehende Flexibilität und Unabhängigkeit. Schließlich entstehen Möglichkeiten, die Hausgeräte ferngesteuert, ohne vor Ort zu sein, zu betreiben (Remote Control) und zu überwachen (Remote Status Monitoring). Interaktive Gebrauchsanweisungen (Interactive User Manual) erklären jedes Detail und im Fall einer Störung können ferngesteuerte Diagnosen (Remote Diagnostics) erfolgen. Hier sehen die Verbraucher die nachhaltigste Wirkung auf ihren Alltag: Sie nehmen die neuen Technologien und Produkte als Arbeitserleichterung wahr, die sie entlasten und Stressfaktoren spürbar reduzieren. Das bedeutet auch eine Chance zur flexibleren Gestaltung des Tagesablaufes bei einem gleichzeitig beruhigenden Gefühl der Sicherheit, da jederzeit der Status im Haushalt auf Tastendruck transparent ist und kontrolliert werden kann.
Eine klare Absage erteilten die befragten Verbraucher Konzepten, die persönliche Nutzungsdaten aufzeichnen, speichern und beispielsweise für Marktforschung oder personalisierte Angebote des Handels zur Verfügung stellen. Informationen sind also dann für den Anwender wertvoll, wenn sie unmittelbar genutzt und zur Optimierung der eigenen Verbrauchswerte und Kosten eingesetzt werden können.

Auf der IFA 2011 bekräftigt die BSH ihre Position als Innovationsführer im Hausgerätemarkt. So demonstriert die Marke Siemens in Halle 1.1. ihre Vision von der Zukunft. In einer vernetzten Küchenzeile können Geräte über einen Tablet PC gesteuert werden. Die Bedienoberfläche ist klar und verständlich aufgebaut und zeichnet sich durch sinnvolle Funktionen mit hohem Nutzwert aus. Der IFA-Besucher kann beispielsweise den Geschirrspüler remote starten, Rezepte aus dem Internet herunterladen und die empfohlenen Backofeneinstellungen direkt auf den Ofen übertragen, Bilder aus dem Kühlschrankinneren abrufen und Nachrichten wie die Wäsche ist fertig empfangen. Die Geräte geben eigenständig Servicetipps und zur weiteren Unterstützung stehen Filmclips bereit.

Für Energieeinsparungen sind Verbraucher bereit, ihr Verhalten zu ändern
Im Zusammenhang mit dem vernetzten Haushalt von morgen steht das Thema Smart Grid und die damit verbundene Vision einer angebotsoptimierten Stromnutzung. Stromversorger und Unternehmen arbeiten seit geraumer Zeit an Lösungen für eine smarte, auslastungs- und preisbezogene Stromnutzung. Unter anderem wird getestet, in welcher Form Hausgeräte im Smart Grid dazu beitragen können, günstige Stromangebote intelligent und flexibel zu nutzen. Ein ökonomisch sinnvolles Smart Grid erfordert nicht zuletzt einheitliche Normen und Standards seitens der Hausgerätehersteller, so Dr. Claudia Häpp, Projektleiterin Smart Grid bei der BSH. Doch noch steht keine flächendeckende Infrastruktur der Energieversorger bereit. In einer gemeinsamen Studie mit der E.ON Metering GmbH konnte bereits gezeigt werden, dass Verbraucher grundsätzlich bereit sind, ihr Verhalten entsprechend anzupassen. Die Studienteilnehmer verlegten die Hälfte aller Wasch- und Spülvorgänge auf andere Tageszeiten, um günstigere Tarife zu nutzen. Damit sparten sie insgesamt 25 Prozent ihrer Stromkosten im Vergleich zum Standardtarif.

Die Marke Bosch präsentiert auf der diesjährigen IFA in Halle 3.1 ihre Erfahrungen zum Smart Grid-Konzept. In dem Feldversuch MeRegio mit dem Stromversorger EnBW wird derzeit der Einsatz eines mit dem Stromnetz kommunikativ verbundenen und intelligenten Bosch Geschirrspülers getestet. Er verfügt über ein Kommunikationsmodul zur Einbindung in ein WLAN-Netzwerk und die Funktionstaste Optimized Start. Wird sie gedrückt, errechnet ein Programm anhand bestimmter Daten, Energie-Verfügbarkeits-Prognosen und Preissignalen den optimalen Startzeitpunkt und übermittelt diesen an das Gerät. Die Auswahl des idealen Startzeitpunkts erfolgt so, dass dieser vor dem vom Nutzer eingegebenen spätesten Startzeitpunkt liegt oder ihm genau entspricht. Es bleibt dem Endverbraucher überlassen, ob er diese Funktion nutzen möchte.

Vor dem Hintergrund, dass in einem deutschen Haushalt 40 Prozent der elektrischen Energie von Hausgeräten verbraucht wird, trägt die BSH mit ihren Produkten in besonderem Maß zum Schutz der Ressourcen und des Klimas bei. Eine weitere Steigerung der Energieeffizienz genießt bei der BSH deshalb oberste Priorität. Denn mit hocheffizienten Hausgeräten ließen sich allein in Deutschland jährlich über sieben Milliarden Kilowattstunden Strom einsparen so viel, wie mehr als 1,5 Millionen Haushalte verbrauchen.

Pressefotos unter www.bsh-group.de.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/05kfu6

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/unternehmen/qualitative-marktforschungsstudie-der-bsh-belegt-26236

Pressekontakt

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Frau Stephanie Fröhling
Carl-Wery-Strasse 34
81739 München

stephanie.froehling@bshg.com

Firmenkontakt

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Frau Stephanie Fröhling
Carl-Wery-Strasse 34
81739 München

bsh-group.com
stephanie.froehling@bshg.com

=== BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ===

Die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, seit 1967 ein Joint Venture zwischen der Robert Bosch GmbH Stuttgart und der Siemens AG München, ist eine weltweit tätige Unternehmensgruppe mit einem Umsatz von rund 9 Mrd. Euro im Jahr 2010.
Zusammen mit einem Welt umspannenden Netz von Vertriebs- und Kundendienstgesellschaften sind heute rund 70 Gesellschaften in 46 Ländern mit rund 43.000 Mitarbeitern für die BSH tätig. Die Konzernzentrale befindet sich in München. Zur BSH gehören 41 Fabriken in 13 Ländern in Europa, USA, Lateinamerika und Asien. Neben den Hauptmarken Bosch und Siemens enthält das Markenportfolio der BSH noch sieben Spezialmarken und vier Regionalmarken. Das Produktspektrum der Marken umfasst Haushaltsgroß- und Kleingeräte, Bodenpflege- und Warmwassergeräte. Die BSH ist der größte Hausgerätehersteller in Europa und gehört zu den weltweit führenden Unternehmen der Branche.