Smart home bekender, maar minder gewild

29-08-2018 16:26



Iets minder dan de helft van de Nederlandse consumenten is geïnteresseerd in smart home. Dat is een afname ten opzichte van een jaar eerder, toen 59 procent nog interesse toonde in bijvoorbeeld slimme verlichting, energie en beveiliging. Dat blijkt uit onderzoek van GfK onder duizend consumenten, die verantwoordelijk zijn voor grotere aankopen in het huishouden en op zijn minst qua naam bekend zijn met de term smart home.

Smart home wordt volgens de marktonderzoeker steeds bekender. Dat de interesse van consumenten desondanks afneemt, zou een trend zijn die in andere markten zoals het Verenigd Koninkrijk ook zichtbaar is. Twintig procent van de Nederlandse consumenten geeft aan de twijfelen aan de meerwaarde van smart home-oplossingen, tegenover achttien procent een jaar eerder.

Om de dalende interesse tegen te gaan, moeten fabrikanten en retailers volgens technologie-expert Barbara Schouten van GfK in hun marketing met een duidelijke boodschap komen. De kansen zouden liggen bij de dertig procent van de Nederlanders die aangeeft neutraal te staan tegenover smart home. “Nederlandse consumenten zullen gerustgesteld moeten worden over zorgen omtrent privacy en hacking”, stelt zij. Ook moeten ze volgens Schouten overtuigd worden van de toegevoegde waarde die de producten hen kunnen bieden.

Het gemak dat smart home biedt wordt door 41 procent van de consumenten als grootste voordeel genoemd. Hetzelfde percentage noemt de bijkomende kosten als belangrijkste barrière.