

INTERVIEW

Weihnachtsgeschenke 2019: „Trend geht in Richtung smarte Technik“

- Smarte Geräte als Trendgeschenk zu Weihnachten
- Wachstumstreiber ist die Generation C
- Neue digitale Erlösmodelle als Chance für Hersteller

Kabelsketal, 10.12.2019 – Das Weihnachtsgeschäft ist traditionell die wichtigste Phase im Geschäftsjahr der Consumer-Electronics-Branche. Auch 2019 prognostiziert die Gesellschaft zur Förderung der Unterhaltungselektronik (gfu), dass mit rund 8,9 Milliarden Euro knapp ein Drittel des Jahresumsatzes kurz vor dem Fest erwirtschaftet wird. Kassenschlager auch dieses Jahr: Smarte Elektrogeräte. Mathias Dögel, Gründer und Geschäftsführer des Technologieunternehmens Dögel GmbH, erklärt im Interview, wie Hersteller aus der CE-Branche auf diesen Trend reagieren müssen, um die riesigen Potenziale auszuschöpfen.

Mathias Dögel, in wenigen Wochen ist Weihnachten, welche Geschenke werden unter Ihrem Weihnachtsbaum liegen?

Dögel: Natürlich bleiben Weihnachtsgeschenke bis zum Fest ein Geheimnis, aber so viel kann ich verraten: Mit Sicherheit werden einige smarte Elektrogeräte darunter sein. In dieser Hinsicht bilde ich keine Ausnahme, denn der Trend geht auch im Privaten ganz klar in Richtung smarte Technik.

Welche Konsequenzen hat dieser Trend für die Hersteller von Elektrogeräten?

Die Nachfrage nach smarten Haushaltgeräten steigt rasant. Hersteller, die den Digitalisierungstrend ignorieren, werden in diesem Markt

keine Zukunft haben. Wer aber richtig reagiert und sein Produktportfolio entsprechend aufrüstet, profitiert: Eine aktuelle Analyse von Statista prognostiziert eine starke Umsatzsteigerung auf dem Markt für smarte Elektrogeräte, wir sprechen von einem Volumen von rund 1,3 Milliarden Euro in 2023 – allein in Deutschland.

Wer sind die Käufer, wer ist die für dieses Umsatzwachstum treibende Kraft?

Natürlich begeistern sich gerade junge Menschen für die innovativen Technologien. Denn schließlich ist die Generation C, die vernetzte Generation, in einer digitalisierten Welt aufgewachsen. Hilfsmittel wie Smartphones oder Tablets sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Längst werden Dinge wie Einkaufen, das Planen der Route von A nach B oder schlicht der Abruf von Informationen rein digital gemacht. Dementsprechend steigt auch die Erwartungshaltung in Bezug auf Nutzerfreundlichkeit, Komfort und Fähigkeiten an neue Produkte aus dem Haushaltsgeräte-Sektor. Viele Mitglieder dieser Zielgruppe werden derzeit erwachsen und ziehen von zu Hause aus. Wenn sie ihre erste eigene Wohnung einrichten, werden sie „smart“ schlichtweg als einen Standard ansehen, den neue Elektrogeräte erfüllen müssen. Und sie sind nur ein Beispiel für eine neue Anspruchshaltung gegenüber Neuanschaffungen, die vor allem auch bei Mitdreißigern immer weiter wächst.

Worauf müssen Hersteller von Elektrogeräten achten, damit sich die Investitionen auch rechnen?

Die Digitalisierung eines vormals analogen Produktes setzt Know-how und ein strategisches Vorgehen voraus. Entscheider müssen die wirtschaftlichen Potenziale smarterer Geräte im Vorfeld genau sondieren. Denn natürlich ist die Digitalisierung des Portfolios mit Investitionen verbunden.

Was sind bei diesem Prozess die größten Herausforderungen?

Die Herausforderungen sind vielfältig: Dazu gehören Technolgiescouting, Marktanalyse, Schnittstellenmanagement oder App-Entwicklung, um nur einige zu nennen. Damit ein erfolgreiches digitales Produkt entsteht, müssen Kompetenzen aus verschiedenen Bereichen zusammenfließen. Es braucht Hardware-Ingenieure und Softwareentwickler, ebenso wie UX- und UI-Designer aber auch Online-Marketing-Spezialisten. Zudem muss das nötige Prozesswissen vorhanden sein. Die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Partner ist unverzichtbar, damit ein solches Projekt gelingt und einen entsprechenden Return on Invest einbringt.

Welche neuen Umsatzquellen können Hersteller durch die Digitalisierung ihrer Produkte erschließen?

Im Zuge der Digitalisierung ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, um zu profitieren: Zunächst ganz klassisch durch den Verkauf eines smarten Elektrogerätes, aber eben auch durch die Schaffung neuer After-Sales-Kanäle. So ist der Aufbau einer Online-Community rund um die Herstellermarke, das Haushaltsgerät an sich und dessen Nutzungskontext, eine vielversprechende Strategie zur Erschließung digitaler Umsatzquellen. Hier werden Menschen mit ähnlichen Interessen versammelt, was eine genaue und zielgruppengerechte Ansprache ermöglicht. Daraus ergibt sich die Chance, zusätzlich neue digitale Erlösmodelle wie etwa Paid Content oder Kooperationen im B2B-Bereich rund um Cross Selling oder neu gewonnene Online-Anzeigenflächen zu erschließen.

- - -

Weitere Infos: www.doegel.de

Bitte setzen Sie bei Veröffentlichung des Interviews oder eines anderen Beitrags einen Link zu unserer Homepage.

Über die Dögel GmbH

Die Dögel GmbH ist ein Digitalisierungs- und Softwareentwicklungsunternehmen, das seit mehr als 10 Jahren die Digitalisierung des Mittelstandes vorantreibt. In drei Kernkompetenzen werden vielfältige Digitalprojekte realisiert: Individuelle Softwareentwicklung, spezialisierte Softwarelösungen für Communities und Community Building sowie technologische Eigenentwicklungen insb. Internet of Things Projekte für Kunden. Das Unternehmen beschäftigt am Firmensitz in Kabelsketal rund 70 Mitarbeiter. Die Vision der Dögel GmbH ist eine digitalgestützte und wachstumssichere deutsche Wirtschaft. Deswegen entwickelt das Unternehmen für Kunden aus der Wirtschaft gänzlich neue IoT-Geräte, smarte Features für Altbewährtes und die digitale Vernetzung von tausenden Menschen eines Interesses um neue technische wie wirtschaftliche Horizonte zu erschließen.

Kontakt für Journalisten & Redaktionen:

Philipp Laufenberg
Sputnik GmbH
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Marie-Curie-Straße 5
53359 Rheinbach
Tel.: +49 (0)228 / 30412-632
laufenberg@agentur-sputnik.de
www.sputnik-agentur.de

Ira Berg
Dögel GmbH
Leiterin Marketing
Geltestraße 9
06184 Kabelsketal OT Dölbau
Tel.: +49-34602-9991-28
iberg@doegel.de
www.doegel.de