

bbw Marketing: Der noch immer schlafende Riese Home Security muss noch geweckt werden

20.09.2010, 12:07 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *bbw Marketing Dr. Vossen & Partner*



bbw - das Institut für Wirtschaftsstudien

Der Markt für Sicherheitsprodukte für den Privatbedarf ist „ein schlafender Riese“. Er machte im Jahr 2009 zwar schon 2,2 Mrd. € aus, aber sowohl der Bereich Mechanische und Mechatronische Home Security, als auch der Bereich Elektronische Home Security werden weiter deutliche Wachstumsraten aufweisen.

Die Angst der Bevölkerung, Opfer eines Einbruchs zu werden, hat sich in den letzten Jahren berechtigterweise stark erhöht. Nicht zuletzt auch durch die Entwicklung der Vermögenssituation zahlreicher Privathaushalte sehen immer mehr Bürger die Notwendigkeit eines zusätzlichen Schutzes des Eigentums durch Einbruchmeldeanlagen. Sicherheit bedeutet für den Kunden somit auch ein Stück Lebensqualität!

Industrie, Dienstleister und Handel sind jedoch auf diese Situation noch nicht richtig eingestellt. Dies hat zumindest die aktuelle bbw Verbraucherbefragung ergeben, die erstmals das Thema Sicherheitstechnik für Endverbraucher beleuchtet hat. Umfang, Geschwindigkeit und auch die Veränderungen nehmen im Sicherheitsmarkt stetig zu. Der Kunde verlangt innovative Produkte mit Zukunftsorientierung. Somit wird der technische Rückstand von Billigprodukten immer größer. Aber auch andere Einstellungen der Kunden haben sich deutlich verändert.

Sicherheitstechnik-Produkte für den privaten Konsumenten sollen ganz besonders bedienungsfreundlich und einfach zu installieren sein. Eine Betreuung durch den Fachhandel wird durchaus gewünscht. Dies bietet Chancen für den Einsatz spezieller auf die Bedürfnisse der Privathaushalte ausgerichteter Produkte. Es kann allerdings kaum überraschen, dass die Hersteller bzw. die Marken von Produkten der Sicherheitstechnik praktisch unbekannt sind und folglich bei den Verbrauchern keine Markenpräferenz besteht. Hier liegt ein Feld für die Marketingexperten völlig brach, und dieses gilt es möglichst schnell zu bestellen.

Aus der Befragung lassen sich die Hauptauswahlkriterien der Verbraucher beim Kauf von Home Security-Technik ableiten. Die Ansprüche an Funktionalität und Robustheit der Produkte, ein angemessenes Preis-Leistungsverhältnis sowie die Forderung nach Fachberatung und Service erfordern von den Unternehmen adäquate Investitionen in Produktentwicklungen und ebenso Manpower für Vertrieb und Service. Aber es wird sich lohnen.

Der Markt für Home Security wirkt noch wie ein schlafender Riese. Er muss nur geweckt werden. Der private Bedarf für Sicherheitstechnik ist laut bbw-Studie jedenfalls vorhanden. In der Verbrauchergunst dominieren derzeit noch die Sicherheitsschlösser und -beschläge, die Sicherheitsfenster und -türen sowie die elektronischen Alarm- wie

Brandmeldeanlagen. Aber der Verkauf von 40000 Videoüberwachungsanlagen pro Jahr zeugt von dem enormen Potenzial dieses Marktsegmentes.

Interessanterweise und in der Form überraschend votieren die Endverbraucher beim Rating der bevorzugten Einkaufsstätten deutlich für die Sicherheitsfachgeschäfte, wohingegen die Bau- und Heimwerker erst an dritter Stelle folgen. Hier ist jedoch eine differenzierte Betrachtung nach den einzelnen Produkten erforderlich. Für besonders erklärungsbedürftige Produkte sucht der Verbraucher verständlicherweise die Nähe des Fachhandels, wohingegen Brandmeldeanlagen schon aufgrund des Preises häufiger in Bau- und Heimwerkermärkten gekauft werden.

Die bbw Studie Home Security 2010/2011 berücksichtigt einzeln alle Produkte des Marktes mit Umsatzvolumen, Distribution, Herstellerszene bis hin zu den speziellen Verbrauchereinstellungen. Im Zusammenhang mit dem letzten Aspekt beantwortet die umfangreiche Analyse u. a. folgende Fragen:

- > die Anschaffungspläne der Verbraucher
- > die Bevorzugung von Produkten
- > die Kernanforderungen an Sicherheitsprodukte
- > die Preisvorstellungen der Verbraucher
- > der Bekanntheitsgrad der Hersteller
- > die Vorlieben für Einkaufsstätten der Produkte
- > die Produktinformation der Kunden
- > die Hauptauswahlkriterien der Kunden
- > die positive Wahrnehmung von Servicemaßnahmen

Der Abdruck des Presseberichtes ist kostenlos. Weitere Informationen zur Studie stehen im Internet unter www.bbwmkt.de. Die Studie ist bei bbw-Marketing Dr. Vossen zu beziehen.

Portrait

bbw Marketing Dr. Vossen zählt in Deutschland zu den bedeutenden Studienanbietern.

Die bbw Studienschwerpunkte sind Multi-Client-Studien mit vertriebsrelevanten Informationen in allen Konsumgüterbranchen, Multi-Client-Studien im Bereich Finanzdienstleistungen sowie Individualstudien für spezifische Unternehmensbedürfnisse.

Auf der Basis von Befragungen und Desk Research stehen folgende Fragestellungen im Mittelpunkt der Studien:

Marktforschung:

Wo gibt der Verbraucher für was sein Geld aus?

Motivationsforschung:

Warum gibt der Verbraucher sein Geld für welche Waren aus?

Trendforschung:

Welche Konsumententrends spielen aktuell eine Rolle?

Szenarioforschung:

Wie wird sich der Verbraucher in der Zukunft verhalten?

Handelmarketing:

Wie kann der Handel den Verbraucher für sich gewinnen?

Die wichtigen Spezial-Themen des Handels, des Vertriebs und der Zielgruppenanalyse werden in dieser Studienreihe veröffentlicht.

Als eine besondere Dienstleistung werden die Forschungsinhalte von bbw Marketing auch branchenspezifisch in Form von Vorträgen angeboten.

Mit den vielfältigen Trend-, Markt- und Distributionsinformationen bietet bbw Marketing Leistungen für die gesamte Wirtschaftskette.

Gegründet wurde bbw Marketing von Dr. Vossen, der als Leiter der Marketingabteilung einer bekannten Unternehmensberatung in Köln jährlich 50 und mehr Trend- wie Konsumgüterstudien herausgegeben hat. Zuvor war Dr. Vossen an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln tätig.

News-ID: 467614 • Views: 145 (Stand: 25.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/467614/bbw-Marketing-Der-noch-immer-schlafende-Riese-Home-Security-muss-noch-geweckt-werden.html>