



Medienmitteilung, 19. Februar 2020

## Hohe Akzeptanz für smarte Produkte

*72 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer besitzen bereits heute smarte Produkte. Die Mehrheit der Bevölkerung ist smarten Produkten gegenüber eher positiv eingestellt. Eine zentrale Rolle spielt das Vertrauen in die Geräte, wie die erste repräsentative Studie der Schweiz zum Thema zeigt.*

Der «Smart Products Report 2020» der Universitäten Luzern und St. Gallen zur Nutzung und Konsumentenwahrnehmung von smarten Produkten basiert auf einer Online-Befragung, die bei 1004 Teilnehmenden in Schweizer Haushalten durchgeführt worden ist. Verantwortlich für die Studie sind Prof. Dr. Reto Hofstetter von der Universität Luzern sowie Prof. Dr. Emanuel de Bellis von der Universität St. Gallen. Die heute veröffentlichten 15 wichtigsten Erkenntnisse der Studie liefern erstmals Fakten und Zahlen zur Nutzung und Konsumentenwahrnehmung von smarten Produkten in der Schweiz. Das Smartphone wurde dabei von der Befragung explizit ausgeschlossen.

### Hohe Anzahl Nutzende von smarten Produkten

Nebst den 72 Prozent der Befragten, welche bereits smarte Produkte besitzen, geben insgesamt 59 Prozent an, sich vorstellen zu können, innerhalb der nächsten 12 Monate mindestens ein smartes Produkt zu kaufen. Voraussichtlich werden bis Ende diesen Jahres 81 Prozent der Schweizer Bevölkerung mindestens ein smartes Produkt besitzen. Die beliebtesten smarten Produkte sind Smart TVs (30 Prozent), Smartwatches (28 Prozent), smarte Navigationssysteme (25 Prozent) sowie Staubsaugerroboter (20 Prozent).

### Interaktion mit den smarten Produkten

Die Interaktion mit smarten Produkten versteht ein Grossteil der Nutzerinnen und Nutzer als Zusammenarbeit. Die Befragten geben zudem an, dass eher der Mensch die Tätigkeit leitet als das Produkt. Nicht selten kommt es vor, dass Nutzerinnen und Nutzer ihren elektronischen Helfern Spitznamen geben: Dies machen knapp ein Viertel der Befragten. Eine Mehrheit wünscht sich, dass smarte Produkte untereinander vernetzt sind und miteinander kommunizieren können.

### Vor- und Nachteile

Die grössten Vorteile in der Verwendung von smarten Produkten liegen laut dem Smart Products Report in den Annehmlichkeiten und der eingesparten Zeit, welche diese bieten. Viele sehen einen weiteren positiven Aspekt darin, mit Trend und Technik zu gehen. Die grössten Nachteile werden in deren Kosten und dem oftmals mit der Nutzung verbundenen Sammeln von personenbezogenen Daten gesehen. Einige Befragte befürchten ausserdem eine zu starke Fokussierung ihres Lebens auf smarte Produkte.

### Vertrauen und Kontrolle

Besonders wichtig ist den Schweizerinnen und Schweizern bei der Nutzung smarter Produkte der Aspekt des Vertrauens. Vertrauen bedeutet hierbei aber auch Kontrolle: Die Möglichkeit, jederzeit beim selbständig agierenden Produkt intervenieren zu können, ist für einen Grossteil der Befragten sehr wichtig. Vertrauenssteigernd wirkt es zudem, wenn smarte Produkte zertifiziert sind und gesammelte Daten nur für den vorgegebenen Zweck verwendet werden.

### Studie «Smart Products Report 2020» und weitere Infos

Die Studie «Smart Products Report 2020» wurde von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Luzern und dem Institut für Customer Insight der Universität St. Gallen in Kooperation



mit der Centralschweizerische Kraftwerke AG und Vorwerk Schweiz AG durchgeführt. Sie kann unter folgender Adresse bestellt werden (kostenpflichtig): [www.unilu.ch/swiss-consumer-studies](http://www.unilu.ch/swiss-consumer-studies)

Ein Fact Sheet mit den 15 wichtigsten Erkenntnissen ist frei verfügbar: [Link](#)

Video zu den wichtigsten Erkenntnissen: [Link](#)

**Kontakt für Rückfragen:**

Prof. Dr. Emanuel de Bellis, Assistenzprofessor für Marketing und Forschungsmethoden,  
Universität St. Gallen, Institut für Customer Insight,  
+41 71 224 72 18, [emanuel.debellis@unisg.ch](mailto:emanuel.debellis@unisg.ch) , [www.ici.unisg.ch](http://www.ici.unisg.ch)

Prof. Dr. Reto Hofstetter, Professor für digitales Marketing,  
Universität Luzern, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät  
+41 229 58 80, [reto.hofstetter@unilu.ch](mailto:reto.hofstetter@unilu.ch)

**Universität St.Gallen (HSG)**

Die Universität St.Gallen (HSG) ist die Universität des Kantons St.Gallen und die Wirtschaftsuniversität der Schweiz. Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der HSG seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die Universität rund 8900 Studierende aus 83 Staaten in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften sowie in Internationalen Beziehungen aus.

Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. Im European Business School Ranking der «Financial Times» 2019 belegt die HSG den Platz 4. Die «Financial Times» hat den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) 2019 zum neunten Mal in Folge als weltweit besten bewertet. Dies im jährlichen Ranking von Master-Programmen in Management. Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau erhielt sie mit der EQUIS- und AACSB- und der AMBA-Akkreditierung internationale Gütesiegel.

Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats- bzw. Ph.D.-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung für jährlich rund 6000 Teilnehmende. Kristallisationspunkte der Forschung an der HSG sind ihre 42 Institute, Forschungsstellen und Centers, welche einen integralen Teil der Universität bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber dennoch eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden.

Besuchen Sie uns auf [Facebook](#), [Twitter](#), [Youtube](#), [Instagram](#) und [unisg.ch](http://unisg.ch)