

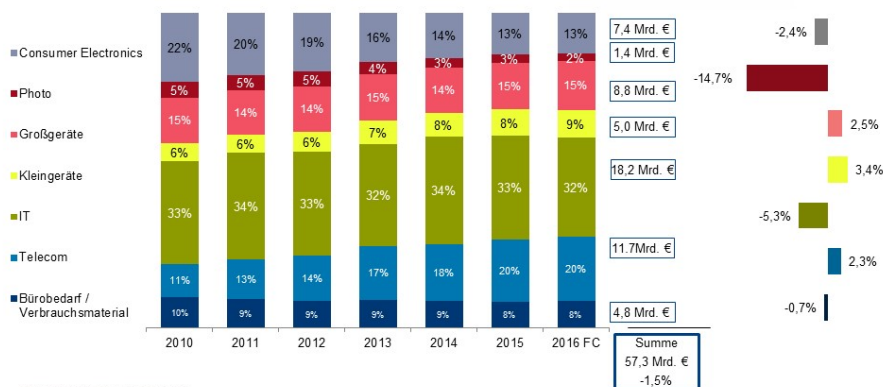
Intelligente Zahnbürsten und 360 Grad-Kameras sind die Trendgeschenke zu Weihnachten 2016

Technikhändler rechnen mit gutem Weihnachtsgeschäft – Umsatzplus bei Groß- und Kleingeräten sowie bei Smartphones



Die Gewinner unterm Weihnachtsbaum stehen schon fest: intelligente Zahnbürsten, 360 Grad-Kameras, Espresso-Vollautomaten und Drohnen erobern den Gabentisch. Der **Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT)** und die Marktforscher der **GfK Retail and Technology GmbH** rechnen mit einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft: 9 von 10 Deutschen planen, laut den GfK-Marktforschern, Geschenke für Weihnachten zu kaufen. Mit durchschnittlich 280 Euro wollen die Deutschen auch mehr Geld für Geschenke ausgeben als im Vorjahr (274 Euro). Für Unterhaltungselektronik werden die Deutschen mit 498 Millionen Euro sogar 7 % mehr ausgeben als im Vorjahr.

Über Smartphones legt der Markt für Telekommunikation deutlich zu.
Die Summe aus Telekom- und CE-Verkäufen bleibt stabil.



Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert%
© GfK 2016 | Pressekonferenz: BVT-GfK-Jahres-Pressekonferenz 2016 | Köln 8. Dezember 2016

Unterm Strich erwartet der BVT mit **57,3 Milliarden Euro** in 2016 eine Marktentwicklung auf Vorjahresniveau (2015: 58,1 Mrd. Euro). BVT-Geschäftsführer Willy Fischel: „*Technik muss sexy sein. Die Konsumenten wollen mehr: größere Bildschirme, super Sound und eine Profiküche.*“ Der Gesamtmarkt umfasst Konsumelektronik, Foto, Groß- und Kleingeräte, Telekommunikation, Informationstechnik und Bürobedarf. Gut 20 % des Jahresumsatzes erzielt die Branche in den Monaten November und Dezember.

Konsumenten filmen in vollkommen neuer 360°-Perspektive

Noch nie wurde aus so vielen Perspektiven gefilmt, findet Fischel. Mit einer robusten Action Cam werden spannende sportliche Erlebnisse dokumentiert und mit Videodrohnen tolle Luftaufnahmen gemacht. „*Der neueste Schrei sind aber 360 Grad-Kameras, bei denen dank zweier Kamera-Weitwinkelobjektive die Welt rundum in alle Richtungen gleichzeitig gefilmt werden kann. Damit wird jetzt jeder zum Produzenten einer eigenen virtuellen Realität.*“ Zuletzt stieg bereits das Interesse der Konsumenten an **Virtual Reality-Brillen**, die die Sicht auf eine solche Rundumwelt erst möglich machen: Bereits ca. 50.000 VR-Brillen mit fest eingebautem Display wurden bis Oktober 2016 abgesetzt. VR-Brillen, bei denen ein entsprechendes Smartphone an der Brille befestigt wird, verkauften sich über 130.000-mal. Jürgen Boyny, Global Director Consumer Electronics GfK Retail and Technology GmbH:

PRESSEMITTEILUNG

„Beide Arten von VR-Brillen werden im Weihnachtsgeschäft deutlich zulegen. Je mehr Videos und Games im VR-Modus erlebt werden können, umso mehr Brillen werden gekauft. Und 360 Grad-Kameras, mit denen jeder seine eigenen Video- und Foto-Inhalte in Rundumansicht aufnehmen kann, befeuern den VR-Trend.“ Auch die Begeisterung der Deutschen für **Videodrohnen** hielt in 2016 an. Neben den Spielzeug-Quadrocoptern gönnen sich die Erwachsenen bis zum Jahresende voraussichtlich 300.000 anspruchsvolle Kameradrohnen (+76 %). **Action-Cams** bleiben gefragt: Mit 670.000 Stück werden in 2016 wahrscheinlich 17 % mehr verkauft als noch im Vorjahr.

UHD-Bildschirmen gelingt in 2016 der Durchbruch

Die Fernsehbildschirme in deutschen Wohnzimmern werden **immer größer**: Mehr als die Hälfte aller verkauften TV-Bildschirme haben bereits eine Bildschirmdiagonale von über 125 cm (50 Zoll). Noch in den 90er Jahren waren Diagonalen von 81 cm (32 Zoll) Standard. Fischel: „*Große Gefühle brauchen eine große Leinwand. Heimkino funktioniert nur mit großen Bildschirmdiagonalen – und entsprechend steigen auch die Anforderungen an die Bildqualität. Nach Full-HD wird Ultra-HD jetzt zum Standardkriterium beim Kauf des neuen Fernsehers. Und dank der in 2016 neu eingeführten UHD-Player können jetzt auch Filme ultrahochauflösend genossen werden.*“ 2016 geht als UHD-Jahr in die Fernsehgeschichte ein. „*Denn*“, so Boyny, „*ultrahochauflösende Geräte kamen im November 2016 bereits auf einen Marktanteil von 60 %. Dank größerer Geräte mit höherer Auflösung werden die Deutschen in diesem Jahr auch wieder mehr je Gerät investieren.*“ Unterm Strich rechnet die TV-Branche – auch dank Fußball-Europameisterschaft – das erste mal seit 5 Jahren wieder mit einem positiven Ergebnis.

Beim **Antennenfernsehen** findet aktuell eine kleine Revolution statt: Mit dem neuen Standard DVB-T2 HD können bis zur vollständigen Umstellung in den Ballungsräumen bis Ende März 2017 erstmals öffentlich-rechliche und private Programme **hochauflösend** geschaut werden. Viele Konsumenten fragen heute schon im Handel, welche Produkte sie benötigen. Neue Fernseher-Generationen haben die neue Technik bereits integriert, alternativ kann eine zusätzliche Settop-Box den Empfang sichern. Der Handel hat sich auf den Konsumentenansturm zum Jahresanfang 2016 vorbereitet.

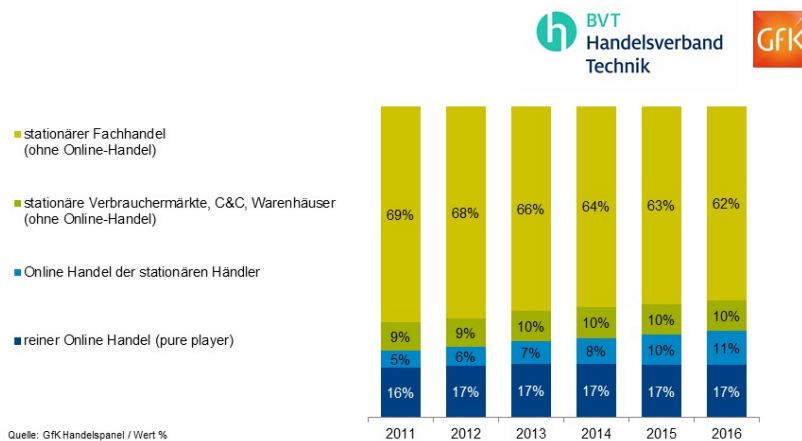
Intelligente Zahnbürsten erobern Badezimmer

Vor allem **innovative Elektrokleingeräte**, die den Alltag einfacher und komfortabler machen, sind laut Boyny gefragt: „*Elektrische Zahnbürsten, die per Smartphone-App verbunden sind und überwachen, ob alle Zähne geputzt werden, erlebten in 2016 ihren Durchbruch. Voraussichtlich 400.000 Stück dieser intelligenten Zahnbürsten werden die Deutschen in diesem Jahr kaufen. Das sind 75 % mehr als im Vorjahr.*“ Roboterstaubsauger machen im Haushalt Karriere: Allein in diesem Jahr sollen 350.000 Stück verkauft werden (+30 %). Auch Gesundheit bewegt die Konsumenten: 1,2 Millionen Smartwatches und 1,4 Millionen Fitness Tracker sollen bis zum Jahresende über die Ladentische gehen. Fischel sieht auch beim **Kaffeetrend** kein Ende in Sicht: „*Die Deutschen sind eine Kaffeenation und trinken mehr Kaffee als die Italiener. Seit der Jahrhundertwende wollen immer mehr Deutsche ihren Espresso und Cappuccino auch zuhause genießen - ob aus der Kapsel oder aus dem Kaffeefullautomaten. Die Begeisterung kennt (noch) keine Grenzen: In 2016 werden die Deutschen mehr als 1 Million Kaffeefullautomaten kaufen und damit 10 % mehr als im Vorjahr.*“

Stationärer Fachhandel gewinnt mit Onlinehandel

Viele stationäre Händler nehmen das Onlinewachstum mit. So verdoppelte sich ihr Internet-Marktanteil in den letzten 5 Jahren von 5 % in 2011 auf 11 % in 2016. Die Kunden wollen Multichannel und der Handel investiert in seine Zukunft. Das Ladenregal wird verlängert durch Verkaufsterminals und Tablets im Ladengeschäft. Fischel: „*Der Kunde ist immer König – egal ob stationär oder online. Viele Händler zeigen*

ihren Kunden im Onlineshop in Echtzeit an, ob Ware im stationären Geschäft verfügbar ist. Die Kunden können dann Ware online bestellen oder reservieren und diese dann im Geschäft abholen, Beratung vor Ort inklusive.“



Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert %
© GfK 2016 | Pressekonferenz: BVT-GfK-Jahres-Pressekonferenz 2016 | Köln 8. Dezember 2016

Das stationäre Geschäft wird zum Abenteuerspielplatz

Der technische Handel investiert in den Point of Sale und macht den Verkaufsraum zur Erlebniszone. Neue Technologien brauchen Raum zum Ausprobieren: Bei Virtual Reality-Brillen oder 360 Grad-Kameras verdeutlicht der persönliche Test den Spaß und Kundennutzen am besten. *„Die Faszination von Drohnen entsteht beim Fliegen, von Hooverboards und Scootern beim Fahren“*, so Fischel. *„Bei vielen Neuheiten entstehen die Kaufimpulse beim Ausprobieren. Demo-Filme und Features kann man zwar online zeigen, aber hier spielt der Handel seine Stärke erst im stationären Geschäft voll aus.“*

Der Einsatz modernster Technik beschränkt sich nicht auf das Verkaufssortiment: Die Zubehörwand erleichtert das Finden dank Tintenpatronen-Scanner und Lichtsignalführung, der Beratungsroboter bringt den Kunden vom Eingang bis zum gesuchten Produkt. Der Kunde als „Puppe“ wird dank 3D-Scanner und 3D-Drucker greifbare Realität und die Sounddusche simuliert Flugzeug- oder Straßenlärm, um die Auswahl des richtigen Noise Cancelling-Kopfhörers im Praxistest zu ermöglichen. Fischel fasst zusammen: *„Sehen, Hören, Ausprobieren und Vergleichen – das ist es, was der Kunde im Fachgeschäft sucht und findet. Kombiniert mit persönlicher Fachberatung und individuellen Dienstleistungen“*

Der **Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT)** ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des technisch orientierten Fachhandels in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von 19.000 Einzelhandelsunternehmen mit 23.000 Arbeitsstätten und 100.000 Beschäftigten aus den Branchen Konsumelektronik, Mobil-/Telekommunikation, Informationstechnik, PC/Multimedia, Foto/Imaging, Elektro-Hausgeräte, Küchen und Beleuchtung. Der BVT ist dem Handelsverband Deutschland - HDE angeschlossen.

Weitere Informationen bei:

Willy Fischel (Geschäftsführer) Tel. 02 21 / 2 71 66 - 10
Steffen Kahnt Tel. 02 21 / 2 71 66 - 15
Joachim Dünkemann Tel. 02 21 / 2 71 66 - 14

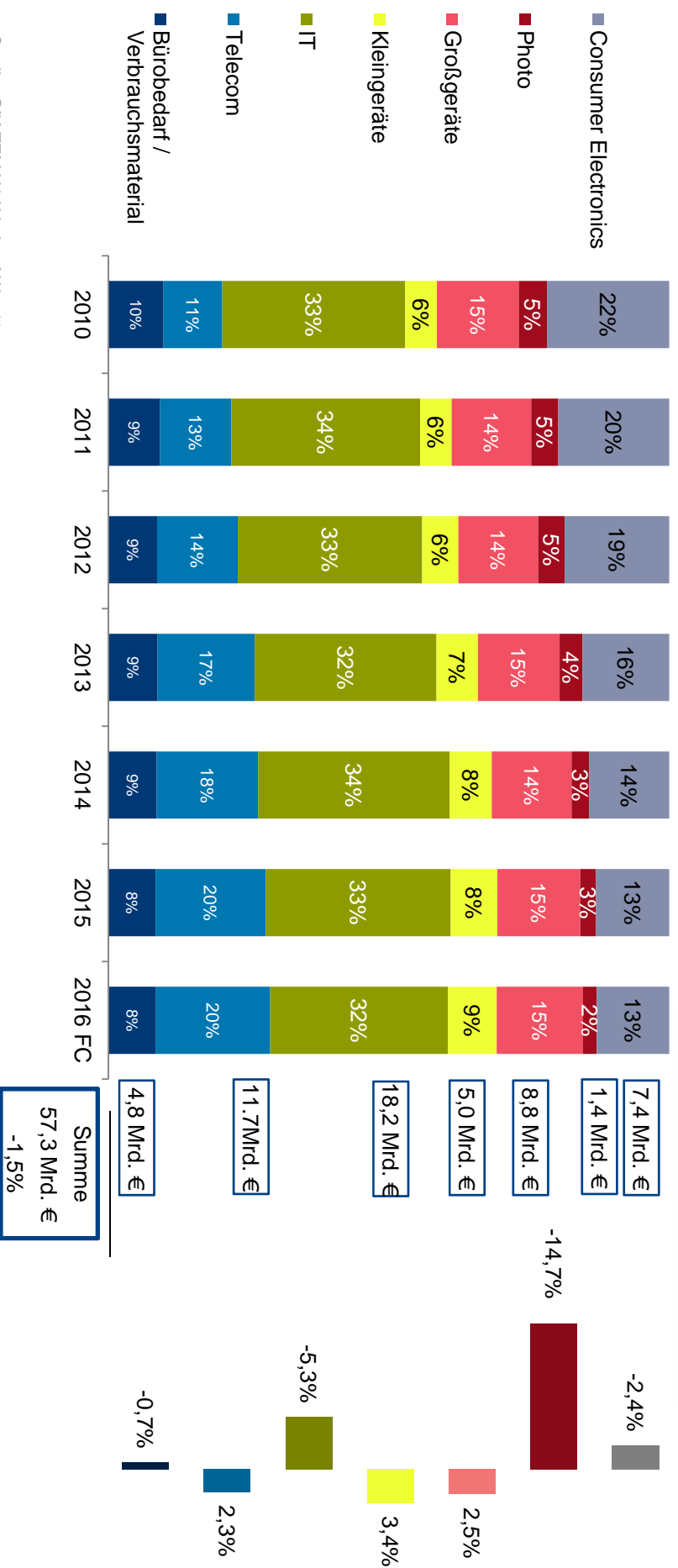
Die GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen.

Weitere Informationen bei:

Jürgen Boyny Tel: 0911 / 395-2325

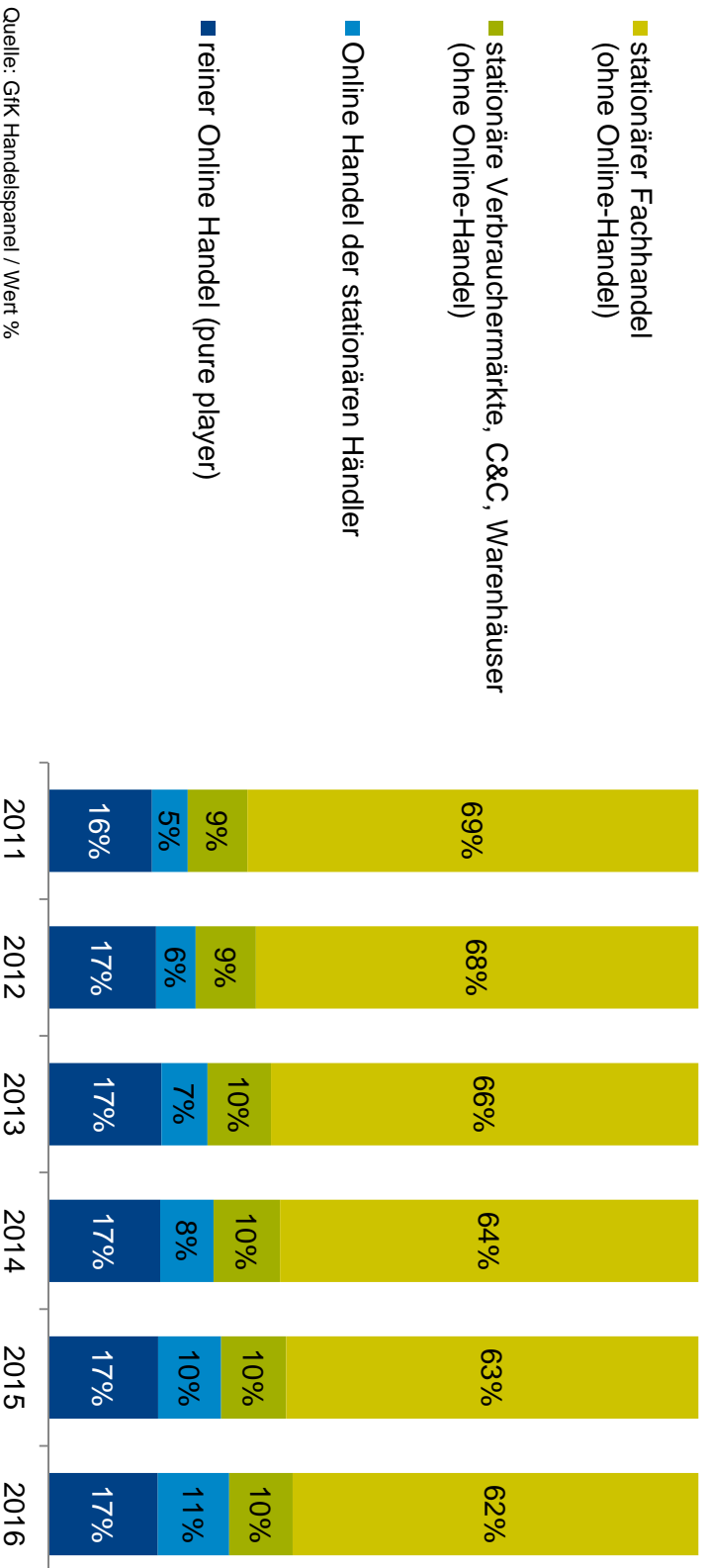
Um Belege wird gebeten!

Über Smartphones legt der Markt für Telekommunikation deutlich zu.
Die Summe aus Telekom- und CE-Verkäufen bleibt stabil.



Quelle: GfK TEMAX / Verkauf Wert%

© GfK 2016 | Pressekonferenz: BVT-GfK-Jahres-Pressekonferenz 2016 | Köln 8. Dezember 2016



Quelle: GfK Handelspanel / Wert %